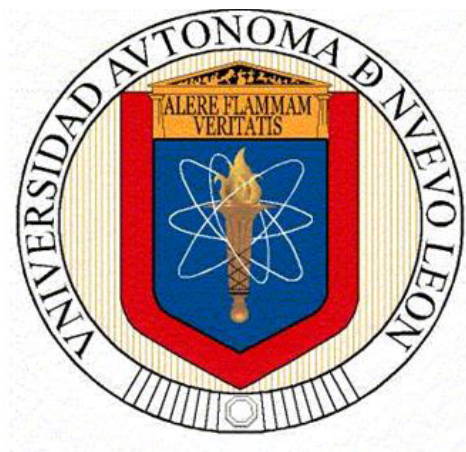


**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



TESIS

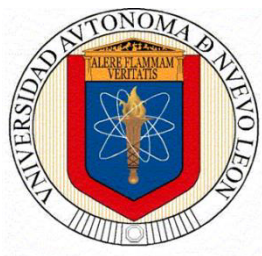
**LA NACIÓN FACEBOOK: LAS REDES SOCIALES
COMO FACTORES DE COHESIÓN SOCIAL**

POR

JESÚS ALEJANDRO GARZA PÉREZ

**PRESENTADA EN CUMPLIMIENTO PARCIAL DE
LOS REQUISITOS PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRÍA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

MARZO, 2014



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



TESIS

LA NACIÓN FACEBOOK: LAS REDES SOCIALES
COMO FACTORES DE COHESIÓN SOCIAL

POR

JESÚS ALEJANDRO GARZA PÉREZ

PRESENTADA EN CUMPLIMIENTO PARCIAL DE
LOS REQUISITOS PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRÍA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

MONTERREY, NUEVO LEÓN, MÉXICO

MARZO 2014

HOJA DE APROBACIÓN

LA NACIÓN FACEBOOK: LAS REDES SOCIALES COMO FACTORES DE COHESIÓN SOCIAL

Director de tesis:

Dr. Fernando Esquivel Lozano

Presidente:

Dr. Fernando Esquivel Lozano

Secretario:

Dra. Reyna Verónica Serna Alejandro

Vocal:

Dra. Lucila Hinojosa Córdova

AGRADECIMIENTOS

Dicen que los tiempos de Dios son exactos. Estoy convencido de que por alguna razón he concluido este proyecto de tesis justo ahora. Pues sin duda diversos acontecimientos se dieron en el justo momento y que contribuyeron al desarrollo de la investigación. Así que le doy gracias, antes que nadie, a Dios.

Así también doy mis más sinceras gracias a mi asesor y Director de Tesis, el Dr. Fernando Esquivel Lozano. Siempre estuvo atento y con disposición para aclararme las dudas. Incluso fueron las redes sociales las que permitieron que la comunicación y retroalimentación de la presente investigación fueran posibles. Una prueba más del mundo interconectado en el que vivimos.

Le agradezco mucho la confianza que me dio. Logró que en mí se generara un sentido de responsabilidad y compromiso para poder terminar la presente investigación a su debido tiempo.

Mis más sinceros agradecimientos a quienes hicieron posible la realización del presente trabajo de tesis. En primer lugar, a David Pulido, coordinador de Realidad Expuesta, quien apartó tiempo en su ajustada agenda para poder realizar la entrevista. Fue la primera que realicé, y sin duda su aportación arrojó luz en demasía para conocer más sobre el tema y ampliar el panorama.

También agradezco a la licenciada Hannia Quijano, co fundadora de Enlazando Esfuerzos Conjuntos, A.C., quien también se dio el tiempo para realizar la entrevista. Para mí fue importante conocer una organización civil que, más que otorgar ayuda a otras instituciones, también busca generar una conciencia para lograr un despertar en el individuo.

Finalmente, agradezco a Luis Ávila, miembro del Consejo Cívico. Fue de mi agrado conocer a alguien que pertenece a una institución que hasta hace poco desconocía y cuyo objetivo es generar mayor participación ciudadana para la construcción de una mejor sociedad. Personas como él deben de inspirarnos para que nosotros, el resto de los ciudadanos, seamos partícipes de esa construcción de la sociedad.

DEDICATORIA

Principalmente el presente trabajo de investigación va dedicado a mis padres, sin duda ellos fueron uno de los principales motores para iniciar un estudio de maestría. Sé que también fue un sacrificio emocional por parte de mi madre, al quedarse con la preocupación pues durante mis estudios de maestría fue cuando se experimentaron mayores dificultades en la ciudad.

A mis maestros, que todos de alguna manera inculcaron en mí un gusto por la investigación. Siempre me mostré animado con el tema de mi tesis, a pesar de las dificultades para conseguir la información.

A mis amistades, pues sin duda, cada vez que me preguntaban cómo iba con los avances de mi tesis personalmente sentía un compromiso mayor para terminarla. Además de que con ellos pude intercambiar algunos puntos de vista sobre la temática de la investigación.

A todos ellos, gracias

Alejandro Garza

RESUMEN

Lic. Jesús Alejandro Garza Pérez

Fecha: 13 de marzo de 2014

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Título: LA NACIÓN FACEBOOK: LAS REDES SOCIALES
COMO FACTORES DE COHESIÓN SOCIAL

Número de páginas: 136

Candidato a grado de Maestría en Ciencias de la Comunicación y Cambio Social

Propósito y método de estudio:

El objetivo principal de la presente investigación fue el análisis de las redes sociales como vehículos para generar cohesión social en la ciudad de Monterrey y si éstas son capaces de lograr que las organizaciones y la sociedad civil estén mejor organizadas e informadas respecto a problemáticas que no necesariamente son atendidas por los medios de comunicación tradicionales; lo anterior mediante una investigación que avale los resultados que aquí se presentan. Para efectos de la presente investigación se optó por un modelo cualitativo mediante el cual se realizaron entrevistas a representantes de organizaciones civiles de la ciudad de Monterrey donde se les cuestionó su punto de vista sobre el uso de las redes sociales y si éstas son capaces de generar un mayor impacto social.

Conclusiones y aportaciones:

En base a los resultados obtenidos en el presente estudio cualitativo, las redes sociales sí han sido percibidas como vehículos para generar una mayor cohesión social. Las partes entrevistadas coincidieron en que dichas herramientas de comunicación han contribuido a que las personas, en mayor o menor medida y dependiendo del área o tema de interés, se involucren más en asuntos públicos o que por lo menos estén enteradas de temáticas político sociales que no necesariamente son cubiertas por los medios de comunicación tradicionales. Finalmente, cabe destacar, que las redes sociales no son el espacio donde se genera la cohesión sino lo que contribuye a que aquella se traslade a un lugar físico.

Firma del asesor:

Dr. Fernando Esquivel Lozano

ÍNDICE

HOJA DE APROBACIÓN	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
TABLAS	viii
Figuras	ix
Anexos	x
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	4
1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.4.1 Criterios para evaluar la investigación	8
1.4.2 Consecuencias de la investigación	10
1.5. LIMITACIONES DEL ESTUDIO	11
1.6 DELIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	11
2. MARCO TEÓRICO	12
2.1 MARCO CONCEPTUAL	13
2.2.1 Sociedad de la Información	14
2.1.2 Internet	15
2.1.3 Redes sociales	17
2.1.4 Cohesión social	19
2.2. MARCO REFERENCIAL	22
2.2.1 McLuhan, la Aldea Global y las Extensiones del Cuerpo	22
2.2.2 La Mediación Social	25
2.2.3 La Tradición Comunitaria y las Comunidades Virtuales	27
2.3 MARCO CONTEXTUAL	33
2.3.1 Ciudad de Monterrey	33
2.3.1.1 División municipal	35
	vi

2.3.1.2 Geografía	37
2.3.1.3 Economía	39
2.3.1.4 Cultura y Gastronomía	40
2.3.1.5 Educación	40
2.3.1.6 Participación de la sociedad civil en Monterrey	42
3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	46
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	47
3.2 UNIVERSO, MUESTRA Y RECOLECCIÓN DE DATOS	49
3.2.1 Muestra	49
3.2.2 Recolección de datos	50
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS	54
4.1 Entrevistas	55
4.1.1 Realidad Expuesta	55
4.1.2 Enlazando Esfuerzos Conjuntos, A.C.	84
4.1.3 Consejo Cívico, A.C.	95
4.2 Información obtenida de las entrevistas	102
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	110
REFERENCIAS	115
ANEXOS	120

TABLAS

Tabla 1. Redes sociales más utilizadas en México.	18
Tabla 2. Extracto de puntos principales del instrumento de medición.	102

Figuras

Figura 1. Entidades con mayor uso de redes sociales en México.	19
Figura 2. Ubicación de la ciudad de Monterrey	36
Figura 3. Cerro la Silla, ícono de la Sultana del Norte	37
Figura 4: Cerro del Obispado. Regio patriotismo por la nación.	38

Anexos

Anexo A. Carta a David Pulido	120
Anexo B. Carta a Hannia Quijano	121
Anexo C. Carta a Luis Ávila	122
Anexo D. Cuestionario	123
Anexo E. Facebook Realidad Expuesta	124
Anexo F. Facebook Enlazando Esfuerzos Conjuntos A.C.	125
Anexo G. Facebook Consejo Cívico	126

1. INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCCIÓN

Las redes sociales se han convertido en una herramienta esencial de la comunicación del siglo XXI; permiten que la información fluya de una manera más eficaz, desplazando a los medios de comunicación tradicionales, cuya credibilidad es cuestionada ante los acontecimientos que se presentan en un determinado lugar.

México atraviesa por un momento considerado como indicador del surgimiento de una “primavera mexicana”, evocando los acontecimientos en países de Medio Oriente, como Egipto y Túnez, por citar algunos, donde la sociedad se organizó a través de las redes sociales, logrando movilizaciones que culminaron con el derrocamiento de un régimen autoritario.

Las pasadas elecciones presidenciales, junto con el *boom* de las redes sociales, han dejado un precedente cuyo efecto principal ha contribuido a que la sociedad, particularmente los jóvenes, se organizaran en manifestaciones sociales pacíficas para expresar el sentir colectivo, logrando que más estudiantes se unieran a su causa, mejor conocida como el movimiento #YoSoy132.

El país vive una situación política y social delicada, ante la inseguridad y el desempleo, entre otros factores que afectan el acontecer nacional. Las redes sociales han jugado un papel preponderante, teniendo como efecto principal la capacidad de catapultar movimientos sociales.

La posibilidad de que las redes sociales sean consideradas como herramientas que favorezcan e impulsen la cohesión social se encuentra latente.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ante los acontecimientos políticos y sociales que se viven actualmente en la ciudad de Monterrey, y habiendo establecido el papel que juegan las redes sociales, así como lo importante que es para la democracia una cohesión social, se estableció el siguiente planteamiento de problema:

Analizar el uso de las redes sociales por parte de las organizaciones civiles para manifestarse en torno a problemáticas sociales que afectan a la ciudad de Monterrey.

La presente investigación pretendió establecer el uso de las redes sociales como factores de cohesión social ante problemáticas que afectan a los ciudadanos y si éstos se vuelven más participativos para buscar mejores condiciones sociales.

1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación tiene como objetivos rectores los siguientes:

- Establecer las razones y consecuencias del uso de las redes sociales en las organizaciones civiles de la ciudad de Monterrey.
- Determinar si se da una mayor cohesión social a través del uso de las redes sociales por parte de las organizaciones civiles de la ciudad de Monterrey.
- Conocer las redes sociales más utilizadas por las organizaciones civiles de la ciudad de Monterrey.
- Determinar el tiempo destinado a las redes sociales por parte de las organizaciones civiles.

1.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Ante los acontecimientos que han sucedido en diversas partes del mundo, incluyendo México, y considerando el papel del que han sido sujetas las redes sociales, surge – para la presente investigación - la siguiente pregunta rectora:

¿Las organizaciones civiles de la ciudad de Monterrey usan las redes sociales como vehículos de cohesión social?

De lo anterior se derivan las siguientes preguntas subordinadas sobre el uso de las redes sociales por parte de las organizaciones civiles en la ciudad de Monterrey.

- ¿Cuáles son las razones por las que las organizaciones civiles de la ciudad de Monterrey utilizan las redes sociales?
- ¿Cuáles son las consecuencias del uso de las redes sociales por parte de las organizaciones civiles de la ciudad de Monterrey?
- ¿Cuáles son las redes sociales más usadas por las organizaciones civiles de la ciudad de Monterrey?
- ¿Cuál es la opinión de los líderes de las organizaciones civiles de la ciudad de Monterrey sobre el uso de las redes sociales?

1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Las redes sociales han revolucionado la manera en la que se da el proceso de comunicación, dejando atrás aquella visión de los medios de *uno-muchos* a *muchos-muchos*. Se han convertido en herramientas para transmitir mensajes que los medios de comunicación tradicionales no cubren y han

sido catalizadores de movimientos sociales en diversas partes del mundo, incluyendo México y también la ciudad de Monterrey.

- Redes y movimientos sociales

Las redes sociales son una herramienta poderosa de comunicación, permitiendo que las personas se relacionen entre sí sin importar dónde se encuentren ubicadas; son un instrumento que permiten una mayor difusión de la información que no necesariamente es manejada por los medios de comunicación tradicionales.

Usuarios de redes sociales, interesados en los asuntos políticos y sociales, han dado uso de las nuevas tecnologías de la información para organizarse y manifestarse en torno a una problemática particular, logrando un poder de convocatoria considerable. Llama la atención cómo estas herramientas informativas han jugado un papel clave en diversos procesos políticos alrededor del mundo, evitando intermediarios como la televisión, radio o gobierno.

Durante el mes de enero de 2001 (Shirky, 2011) el presidente filipino Joseph Estrada fue relevado de su cargo después de haber sido acusado por actos de corrupción. El congreso contemplaba dar marcha atrás en su proceso a pesar de la evidencia que lo incriminaba. La población se organizó a través de mensajes de texto, mediante teléfonos celulares, para reunirse y manifestarse contra la decisión tomada por el juez. Este evento es considerado el primero donde los medios sociales han contribuido a la caída de un líder nacional.

El partido comunista perdió el poder en Moldavia en el año 2009 cuando se realizaron protestas a través de las redes sociales de Facebook y Twitter, después de unas elecciones consideradas fraudulentas. En ejemplos más

recientes, se encuentra la renuncia del presidente Hosni Mubarak en Egipto, así como manifestaciones en Inglaterra contra el gobierno.

Sin duda, los medios sociales se han convertido en herramientas que contribuyen a la coordinación de los movimientos políticos más recientes. La sociedad, conectada a través de estos medios de comunicación, cuenta con un mayor acceso a la información; con oportunidades para involucrarse en el debate público, cuentan con la oportunidad para actuar a través de una organización colectiva.

La utilización de las redes sociales también ha tenido un impacto en el país, y particularmente, en la ciudad de Monterrey. En Twitter podemos observar *hashtags*¹, acompañados por el símbolo “#”, relacionados al tema de inseguridad (#balaceramonterrey). Usuarios interesados pueden dar seguimiento al tema mediante la selección de las palabras clave, permitiendo estar más enteradas y conscientes de la situación; más cuando los medios tradicionales pueden demorarse en transmitirla o, incluso, omitirla.

En el caso de la red social Facebook, existen organizaciones civiles encargadas de difundir información que es poco tratada, o incluso omitida, por los medios de comunicación convencionales, permitiendo que los usuarios obtengan información para forjarse una opinión más completa sobre un determinado acontecimiento. Por citar un ejemplo, está el caso del Movimiento Ambientalista Ciudadano, el cual se manifestó en contra de la construcción del estadio del Club de Fútbol Monterrey.

Si bien se inició la construcción del estadio, el uso de la red social ha marcado un hito en su uso como herramienta de comunicación y

¹ El sitio de Twitter define el hashtag (#) como una etiqueta cuya función es marcar palabras o temas clave en un *tweet*.

organización, dejando un precedente que contribuye a que exista y se genere una mayor cohesión social para eventos futuros.

Por lo anterior, las redes sociales se han convertido en instrumentos que contribuyen a la organización de movimientos sociales que buscan mejores condiciones de igualdad y democracia.

- Cohesión social

Se requiere de una sociedad participativa, que a través de una integración genere consenso para mejorar su entorno, que contribuya a la legitimación de las decisiones que conciernen al interés público. Una sociedad que se muestra participativa en los procesos políticos – no solamente a través del voto – fomenta una transparencia y una rendición de cuentas por parte de los funcionarios públicos, al mismo tiempo que se construye una formación política en los ciudadanos.

La cohesión social busca la equidad, la inclusión social y el bienestar; pero también incluye ese sentido de pertenencia a un proyecto o situación que sea compartida por quienes se encuentran involucrados. Es un proceso social que busca y debe de consolidar a los ciudadanos en un ambiente de pluralidad para reducir la desigualdad social y generar espacios para la reclamación política y judicial contra aquellas situaciones que se consideren injustas.

Es un medio para poder lograr un objetivo particular, donde los ciudadanos son partícipes de las políticas públicas que son diseñadas e implementadas para su propio bienestar, al mismo tiempo que dan su aportación que contribuye al progreso de la sociedad. Para una mayor cohesión es fundamental que exista una democracia política y una estabilidad social.

Las sociedades que poseen una mayor cohesión social permiten que exista un marco institucional bien definido que permita un mayor crecimiento económico en un ambiente de confianza, de acuerdos y reglamentos clara y previamente establecidos. Dicha cohesión debe de surgir y considerarse como un esfuerzo democrático para generar un equilibrio social, generar mayor dinamismo económico y evitar la descomposición social.

1.4.1 Criterios para evaluar la investigación

En relación con la justificación de la investigación se tomaron en consideración los siguientes criterios.

- Conveniencia

El estudio de la cohesión social toma relevancia en un contexto donde existe una sensación de zozobra y de apatía en relación a la situación política y social por la que atraviesa nuestro país. Los ciudadanos parecieran estar a la espera de que surja aquél líder “indicado”, que resuelva los problemas; pero aquellos deben tener conciencia de que, para que una democracia sea realmente efectiva, deben de tener un papel más activo en los asuntos que son de su interés, pudiendo ser a través de foros, consultas ciudadanas y debates, entre otros.

Las redes sociales se vuelven una herramienta oportuna que contribuyen a que se dé una mayor participación ciudadana donde, si bien no es una interacción directa, por lo menos es más constante. Los ciudadanos, sin importar su condición social y económica, deben de considerarse los principales agentes sociales que contribuyan a mejorar su entorno. Por ello, la capacidad de organización se ve optimizada con el uso de las nuevas tecnologías de la información, donde se incluyen, por supuesto, las redes sociales.

- Relevancia social

Las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental para la difusión de la información, al mismo tiempo que la interacción de los usuarios se ve incrementada. Basta con ver los comentarios que hacen a las diferentes notas que publican diversos medios. La información llega de una manera directa al usuario, sin intermediarios de por medio.

Es posible que los usuarios no se encuentren enterados sobre algún determinado tema porque no acostumbran a consultar los medios de noticias conocidos. Pero resulta que en la red social existen grupos que se encargan de denunciar un problema y le dan seguimiento. Un ejemplo es el Movimiento Ambientalista Ciudadano, encargado de haber difundido información sobre la construcción del estadio del Club de Fútbol Monterrey y sobre sus consecuencias a la ecología. Los medios tradicionales poco publicaron sobre la situación.

Las redes sociales, a través de un uso adecuado, pueden facilitar la participación en foros de discusión, promoviendo así una mayor participación por parte de los ciudadanos.

- Implicación práctica

La importancia del presente trabajo de investigación estriba en mostrar la importancia de la cohesión social entre los ciudadanos para contar con herramientas que les permitan contribuir a mejorar su entorno. Los medios sociales deben de jugar un papel preponderante como catalizadores que contribuyan a la difusión de información; para que fomenten el diálogo y el debate de ideas entre los individuos, mostrándose más participativos y comprometidos.

La presente investigación busca contribuir a sembrar la semilla para que germine el árbol de la participación ciudadana. No pretende resolver el problema de la inseguridad, pero sí a fomentar el uso de las redes sociales como herramientas que contribuyan a mantener una comunicación constante entre los usuarios sobre los temas que realmente les conciernen. Por citar un ejemplo, no todos los vecinos pueden asistir a las juntas de colonia; pero con el uso de las redes sociales se puede fomentar el intercambio de información sobre los temas tratados en las juntas.

Por otro lado, se encuentran los jóvenes, quienes son los que mayor uso dan a las redes sociales. Éstas han mostrado ser herramientas que fomentan el diálogo entre este sector de la sociedad, donde el ejemplo más claro es el movimiento #YoSoy132. No se deja de insistir que no se pretende resolver el problema de un día para otro, pues los resultados vendrán a largo plazo.

1.4.2 Consecuencias de la investigación

El proyecto de investigación buscó que los resultados demostraran que las redes sociales sirven como herramientas para fomentar una mayor cohesión social entre los ciudadanos respecto a un tema que les concierne, al mismo tiempo que busquen una solución que satisfaga sus necesidades.

Con la difusión del presente estudio se espera lograr generar conciencia de lo importante que es la participación ciudadana en los procesos democráticos, no sólo limitada a la asistencia a las urnas para emitir el voto. Podrá existir un rechazo a los políticos, pero no debe de haberlo hacia la política porque, independientemente de la profesión que cada ciudadano ejerza, éste se encuentra ligado a ella.

1.5. LIMITACIONES DEL ESTUDIO

Entre los principales obstáculos que se presentaron para el desarrollo de la presente investigación fue el trabajo (ocupación del investigador); algunas entrevistas se tuvieron que hacer en horario de trabajo, pero conté con la comprensión y el permiso para poder realizar mi estudio. Otro de los retos que se tuvieron que enfrentar fue la realización de las entrevistas; el investigador nunca antes ha realizado una de carácter investigativo.

1.6 DELIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

En un principio se tenía contemplado realizar cinco entrevistas, pero fue difícil coincidir con los tiempos de los sujetos de investigación; algunos se encontraban constantemente de viaje y eran las únicas personas a las que podía entrevistar (por sugerencia de la misma organización). Mientras que con otros la comunicación estuvo interrumpida, por lo que no se logró el contacto. A los que se entrevistó fue en sus lugares de trabajo, salvo a uno que fue en un café de la localidad; entonces, lo anterior implicó tiempos de traslados y representó costos.

2. MARCO TEÓRICO

2. MARCO TEÓRICO

El marco teórico es un elemento fundamental para cualquier investigación que se realice, mismo que sirve para una mejor comprensión del tema. En esta sección se encuentra una descripción de los términos que son esenciales para el trabajo y sirven para orientar al lector.

Se trata de un desglose que incluye un marco conceptual donde se definen los principales conceptos que el lector deberá mantener en mente para comprender el tema de la investigación, así como un marco teórico donde se establecen las teorías que dan vida al presente trabajo y un marco contextual, sobre el entorno donde se desarrolló el trabajo de tesis.

Para el último punto es importante comprender cuál es la situación sobre el uso de las redes sociales por parte de tres organización civil en la ciudad de Monterrey y si el uso de éstas fomenta una mayor cohesión social entre quienes se encuentran involucrados en la misma.

Sin más, se espera que la presente investigación sea de interés para el lector, para que tenga una mejor comprensión sobre las nuevas tecnologías de la información y cómo éstas pueden llegar a ser importantes herramientas de comunicación entre la sociedad, fomentando una mayor cohesión social.

2.1 MARCO CONCEPTUAL

El marco conceptual engloba términos que requieren ser comprendidos para un mejor entendimiento del presente trabajo de investigación. Se consideró pertinente abarcar los conceptos de Sociedad de la Información, el Internet, las Redes Sociales y la Cohesión Social; todos elementos claves para el desarrollo de la presente investigación.

2.2.1 Sociedad de la Información

La información y la comunicación se han convertido en elementos fundamentales de la sociedad. Si bien podemos hablar de una sociedad enfocada a los procesos industriales y que continúa siendo igual de importante hoy en día, no se puede negar que los procesos así como los mecanismos de información y comunicación han pasado a jugar un papel central. La economía, la cultura y la sociedad en general no pueden ser concebidas sin ellas. Por lo anterior, se puede hablar de una Sociedad de la Información (Oeyen, 2003).

El ilimitado acceso a la información permite pensar que existe la esperanza de poder configurar sociedades más justas e igualitarias. De acuerdo con la Unión Internacional de Telecomunicaciones (Islas & Gutiérrez, 2006:28) la sociedad de la información es una sociedad:

“...en la que todas las personas, sin ningún tipo de distinción, tendrán poder efectivo de crear, recibir, compartir y utilizar la información y el conocimiento en cualquier medio de información, prescindiendo de las fronteras. Para el desarrollo de la sociedad de la información es esencial, entre otras cosas, el respeto a los derechos humanos y las libertades fundamentales, tales como la libertad de opinión y expresión, así como la existencia de medios de comunicación independientes, pluralistas y libres”.

Vale la pena señalar que la información tiene un elemento que la hace especial. Cuando una persona aprende algo (Sunstein, 2003), otras cuentan con la posibilidad de beneficiarse de ello. Un ejemplo podría ser que, cuando las personas se informan sobre la inseguridad que se vive en un determinado lugar o sobre los riesgos de algún determinado producto, otras podrán rescatar los aspectos positivos de ese conocimiento.

2.1.2 Internet

De acuerdo a Trinkle y Merriman (2006), el Internet comenzó como una herramienta militar utilizada por el gobierno de los Estados Unidos durante la Guerra Fría después de que Rusia lanzara al espacio el Sputnik, el primer satélite artificial, en 1957. El Presidente Dwight D. Eisenhower creó la Agencia para Proyectos de Investigación Avanzada (ARPA, por sus siglas en inglés) junto con el Departamento de Defensa para coordinar investigaciones en ciencia y tecnología.

Después de que Estados Unidos lanzara su propio satélite en 1959, la ARPA dirigió su atención a las redes de comunicación. El objetivo principal era conectar a las universidades, a los contratistas de defensa y centros militares para interactuar y fomentar la investigación. Lo anterior resultó en la conexión de cuatro grandes universidades - Universidad de California en Los Ángeles, Stanford, Universidad de California en Santa Bárbara y la Universidad de Utah.

A comienzos de la década de 1970 los desarrolladores de ARPANET se percataron que el aspecto militar de la red se estaba quedando atrás, por lo que instituciones sin fines militares comenzaron a desarrollar redes de comunicación. Ante el potencial que representaba la red, proveedores comerciales como CompuServe, comenzaron a facilitar el acceso a todas aquellas personas que no pertenecían a ninguna institución de investigación o universidad.

Según Carolyn Duffy (2009) el número de computadoras interconectadas ha crecido de manera exponencial, desde sus inicios cuando solamente conectaba cuatro ordenadores pasó a interconectar más de 440 millones de computadoras de manera directa.

Continuando con lo establecido por la autora, en 1990 Tim Berners-Lee inventó lo que se conoce como la *World Wide Web*, como método para

publicar información en formato de hipertexto, que de acuerdo a Theodore Nelson (McKnight, et. al.: 1996), se define como un conjunto de bloques de texto interconectado por nexos, que forman diferentes itinerarios para el usuario. Es una forma de unir textos a través de vínculos que permiten al lector experimentar la información de una manera no lineal.

La red comenzó su despegue a partir de 1993, cuando el estudiante de ciencias computacionales Marc Andreessen creó el primer buscador, mejor conocido como *Mosaic*, (Duffy, 2009). A partir de este momento la creación de sitios de Internet aumentaría de manera exponencial.

Por último, la autora señala que para mediados de la década de 1990, la red entró en una nueva etapa en sus propósitos. Sin dejar de ser una herramienta de búsqueda y organización de información – convirtiéndola en una gran biblioteca - también sería una que facilitaría el comercio, impulsándolo más allá de las fronteras territoriales de cada país. Para el año 2000 el comercio electrónico había superado los 27, 467 millones de dólares alcanzando, para el 2008, a una cifra de 102,238 millones.

Asimismo, la autora confirma que la red de redes pasó de ser un fenómeno de las comunicaciones dominado por los Estados Unidos a un medio que tuvo, con el paso del tiempo, un mayor crecimiento en Asia y Europa. Para el 2008, el continente asiático ya contaba con más de 500 millones de usuarios.

De acuerdo a Hamadoun Touré, secretario de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) para enero de 2011 los usuarios de Internet a nivel mundial rebasaban los 2 mil millones (AFP, 2011).

A nivel nacional, la Asociación Mexicana de Internet, a través de su estudio *Hábitos de los usuarios de Internet en México 2012*, revela que para el 2011 había en el País 40.6 millones de usuarios, con un promedio de conexión diario de 4 horas y 9 minutos (AMIPCI, 2012).

2.1.3 Redes sociales

Una red social (Boyd & Ellison, 2007) se define como un servicio de red que permite a los individuos (1) crear perfiles públicos o semi-públicos dentro de un sistema delimitado, (2) generar una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y (3) compartir esas listas con otros individuos que hacen uso de la misma red social.

De acuerdo a Barefoot & Szabo (2009) el surgimiento de las redes sociales comienza a mediados de la década de 1990. Por mencionar algunas: Classmates.com, 1995; SixDegrees.com, 1997; Blogger y Live Journal, 1999; Mi Gente, 2000; Stumbleupon, 2001; Fotolog, 2002; My Space, Last.fm, Hi5, 2003; Facebook (elite) y Flickr, 2004; Youtube, 2005; Facebook y Twitter, 2006; Tumblr, 2007; Yammer, 2008; Gowalla, 2009; y Google Buzz, 2010.

Estas plataformas fueron apoyadas por herramientas tecnológicas que facilitaron su uso; no se necesita ser un experto de programación para publicar en la red. A pesar de que fue la tecnología la que impulsó este tipo de interacción social, hay otro elemento importante que influye en la creación de comunidades: la naturaleza humana. Desde la creación de la computadora, la red ha sido un “lugar” para la interacción social. Por ello se le conoce como *Social Media*.

Cuando en 2009 amerizó el avión de US Airways en el Río Hudson, Janis Krums se encontraba en un *ferry* y tomó una foto, considerada icónica, con su iPhone, e inmediatamente la subió a través de la red social de Twitter, para luego difundirse entre miles y miles de usuarios, para luego llegar a los medios de comunicación. La foto sólo demostró como el *microblogging* permite que la información sea transmitida en tiempo real, desde lo que hacen y piensan los artistas hasta las protestas en las elecciones de Irán en 2009.

El *microblogging* es la forma más reciente de medios sociales que ha tomado relevancia. Popularizado en el 2006 a través de la creación de Twitter, el término se refiere al hecho de poder compartir mensajes cortos, de no más de 140 caracteres de longitud.

De acuerdo a la Asociación Mexicana de Internet (2012), en México, el 77% de las preferencias de los usuarios de Internet está destinado al uso de las redes sociales, convirtiéndose en la segunda actividad más importante de los internautas mexicanos, al mismo tiempo que el 86% de los usuarios las considera como su principal forma de entretenimiento online.

La Asociación Mexicana de Internet en su 8vo. *Estudio sobre los hábitos de los internautas (2012)* establece que las redes sociales más utilizadas por los mexicanos son:

Tabla 1. Redes sociales más utilizadas en México.

	Con 90% de usuarios inscritos que acceden diariamente y un 46% lo hace a través de un <i>Smartphone</i> .
	Cuenta con un 60% de internautas inscritos, donde el 77% accede de manera diaria y el 23% lo hace desde un <i>Smartphone</i> .
	Los usuarios mexicanos dados de alta en esta red social son el 55%, donde el 61% accede diariamente y el 47% lo hace a través de un <i>Smartphone</i> .
	Con 34% usuarios inscritos, el 44% accede cada día, y el 20% lo hace a través de un teléfono



inteligente.

Del 25% de los usuarios inscritos, 10% lo hace de manera diaria y sólo el 8% accede a través de un *Smartphone*.

Fuente: AMIPCI, 2012

En promedio, los usuarios de redes sociales mexicanos se encuentran inscritos en cuatro redes sociales. Esto permite una mayor exposición a la información, a la publicidad, y para efectos de este trabajo, a los temas políticos.

Para la presente investigación es importante considerar lo siguiente en cuanto al uso de las redes sociales en México:

Figura 1. Entidades con mayor uso de redes sociales en México.

Estado	Usuarios (millones)
1. Estado de México	6,049,400
2. Distrito Federal	4,479,080
3. Jalisco	3,004,400

Fuente: AMIPCI, 2012

Es relevante para el presente estudio haber analizado el impacto que estas herramientas tecnológicas de la comunicación pueden tener para generar una mayor cohesión social entre la población.

2.1.4 Cohesión social

Desde la perspectiva sociológica, se puede definir la cohesión social como “el grado de consenso en los miembros de un grupo social sobre la percepción de pertenencia a un proyecto o situación común” (CEPAL, 2007: 16). Ésta se vuelve parte de la solidaridad social, necesaria para una sociedad y que sus integrantes sigan vinculados a ella.

La cohesión social también se refiere tanto a la eficacia por parte de los mecanismos instituidos de inclusión social como a los comportamientos y valoraciones de los sujetos que forman parte de la sociedad. Por mecanismos debe entenderse el empleo, los sistemas educacionales, los derechos y las políticas que fomenten la equidad, el bienestar y la protección social.

Los comportamientos y valoraciones de los sujetos pueden cubrir diversos ámbitos, desde la confianza hacia las instituciones, el sentido de pertenencia y solidaridad, la aceptación de normas y convivencia, hasta- y con mayor importancia – la disposición para participar en espacios de deliberación y en proyectos colectivos.

De acuerdo a la Dirección General de la Cohesión Social del Consejo Europeo (Jenson, 2010), la cohesión social es un concepto que incluye valores y principios que buscan asegurar que todos los ciudadanos, sin ningún tipo de discriminación y bajo un sentido de igualdad, cuenten con derechos sociales y económicos. Es un concepto que debe de recordar sobre la necesidad de los ciudadanos de estar atentos a cualquier tipo de discriminación, desigualdad, marginación o exclusión.

Siguiendo la pauta de la CEPAL (2007), un elemento importante que se tiene que considerar dentro de la cohesión social es el concepto que hace referencia al capital social, que se debe de entender como el patrimonio de la sociedad y que tiene la capacidad de manejar normas, redes, y sobre todo, lazos sociales de confianza que refuerzan a la sociedad, permitiendo el impulso de la acción colectiva.

La inclusión no sólo supone mejorar las condiciones de acceso a canales que fomenten una mayor integración de la sociedad, sino también la capacidad de promover mayores posibilidades de autodeterminación de quienes participan dentro de la misma.

Cabe la importancia de destacar, como lo señala el autor Cass Sunstein en su libro *Republica.com* (2003), Internet juega un papel trascendente para la libertad y el bienestar – no sólo como una garantía de la libertad de expresión -, permitiendo que miles de personas cuenten con la posibilidad de estar más conscientes de los problemas sociales y económicos; una vez logrado esto, cuentan con más armas informativas para poder exigir respuesta del gobierno.

¿Por qué es importante una sociedad participativa? De acuerdo a José Moisés Martín-Carretero (2008:14) existen diversas razones:

- Se mejora la calidad de las políticas públicas al incorporar nuevos sujetos que participan activamente en su elaboración.
- La participación ciudadana favorece la creación de consensos sociales y favorece de manera positiva la legitimidad de las decisiones vinculadas a las políticas públicas.
- Se generan nuevos cauces de comunicación entre representantes y representados en la identificación de demandas sociales, así como en el seguimiento de las decisiones tomadas.
- Una sociedad participativa fomenta la transparencia y la rendición de cuentas por parte de los poderes públicos, incrementando la calidad democrática del sistema político.
- Se favorece a un mejor conocimiento de la complejidad en la toma de decisiones de las políticas públicas al mismo tiempo que se fomenta una mayor formación cívico-política de la población.
- La participación ciudadana genera capital social, por lo que se da un fortalecimiento en los procesos de cohesión social.

Por lo anterior, la promoción de la cohesión social es:

“...generar y fortalecer un sentido de pertenencia ligado en primera instancia al barrio en que viven (los ciudadanos), así como a la comunidad más amplia, generando a su vez igualdad de oportunidades. Ello implica considerar que los actores sociales – niños, jóvenes y adultos – son sujetos de transformación de su realidad, en la medida que tienen la posibilidad de comprender y modificar las problemáticas que los afectan, reproduciéndose y sedimentándose en la cultura local” (Palma, 2008:16).

El conocimiento se vuelve un factor fundamental que contribuye al incremento e intensificación de la cohesión social, otorgándole importancia al concepto de Sociedad del Conocimiento, previamente tratado en el presente trabajo.

2.2. MARCO REFERENCIAL

En el presente apartado se analizan las teorías de la comunicación que dan sustento al análisis de las redes sociales como herramientas de cohesión social. Entre las teorías que se analizan se encuentran: la Aldea Global, Mediación Social y la Teoría Comunitaria.

2.2.1 McLuhan, la Aldea Global y las Extensiones del Cuerpo

El Internet se ha convertido en una herramienta emblemática de la comunicación hoy en día. Su alcance físico y geográfico da la posibilidad de comprometer a las fuerzas tradicionales del poder; surgen nuevos actores, mismos que tienen la capacidad de empoderarse y organizarse, crear nuevas relaciones de autoridad, operando más allá de las fronteras del Estado (Shah, 2008).

Pero, ¿de dónde surge esta idea del Internet como herramienta de organización?, ¿quién acuñó el término, incluso mucho tiempo antes de que existiera el Internet o la computadora?, ¿qué es la Aldea Global? Para entenderlo, tenemos que conocer quién fue Marshall McLuhan y cuál era su propuesta sobre una comunidad conectada a través de los medios electrónicos, incluso cuando éstos todavía no existían.

Marshall McLuhan (1911-1980) es considerado como el teórico de medios más prominente del siglo XX. Él se encargó de defender la postura de que los medios, más allá de ser meras manifestaciones del capitalismo, son herramientas que promueven la transformación de la sociedad (Taylor & Harris, 2008).

De acuerdo a Chris Harrocks (2001) la llegada de la revolución informática, traída por la computadora, junto con el desarrollo de lo que se conoce como el ciberespacio, la realidad virtual, la Internet y la red, nos lleva a analizar a Marshall McLuhan, quien propuso que el medio es el mensaje, teniendo un mayor impacto en los aspectos sociales, psicológicos y sensoriales del individuo.

Así también introdujo el término y noción de una “Aldea Global”, la cual describe un mundo conectado a través de los medios electrónicos, donde las transmisiones satelitales transformaron a la sociedad, dejando de ser mecánica para convertirse en una electrónica de carácter inmediato y con mayor capacidad para involucrarse en los acontecimientos que afectan su entorno.

Para McLuhan (Benassini, 2011), la velocidad con la que se transmite la información alrededor del mundo tiene como resultado que, una determinada acción humana, compromete a todos los habitantes, generando un mayor compromiso respecto a cada uno en relación con los demás.

Según Nicole Maggio (2008), Marshall McLuhan describe los efectos de la llamada Era Electrónica como un continuo flujo de información en múltiples

direcciones al mismo tiempo, provocando que la línea entre el emisor y el receptor se vuelva difusa. Así también se modifica la forma en la que los individuos interactúan unos con otros cuando el tiempo y el espacio dejan de ser barreras que se interpongan en el flujo de la comunicación.

El término de Aldea Global indica que la cobertura de los asuntos alrededor del mundo es entregada a un bajo costo cuando un satélite tiene la capacidad de 'hablar' con otro.

En su momento, la televisión como medio de difusión masivo, involucró a las personas que la observaban en una comunidad de continuo aprendizaje, permitiendo que la información se encuentre disponible para todos de manera simultánea.

Como principal medio de comunicación, la televisión (Ojha, 2010) integra a la sociedad y le permite mantenerse en un contacto constante; a un país con otro; al gobernante con el gobernado, de manera instantánea.

De acuerdo a Javier Esteinou Madrid (1997), la visión de Marshall McLuhan permite comprender que existe una ampliación de los sentidos del hombre, la cual se da a través de los medios de comunicación, dando origen a la llamada Aldea Global, teniendo como resultado una extensión de las instituciones sociales y el poder, al mismo tiempo que permite la creación de mayores espacios simbólicos que construyen nuevos canales de comunicación.

La Internet (Wellman, 2004) sin duda ha sido una herramienta que se ha incorporado en la vida cotidiana de aquellos quienes tienen la posibilidad de hacer uso de la misma. Ha fomentado cambios en las formas de relacionarse de una comunidad.

La portabilidad y la ubicuidad en la conectividad han facilitado el proceso de conexión individual. El lugar de origen de los usuarios se vuelve poco relevante para relacionarse con otros. Lo anterior no puede considerarse

como una utopía pero tampoco como una distopía; es más una transformación fundamental en la naturaleza de la comunidad, pasando de grupos a redes sociales.

2.2.2 La Mediación Social

¿Por qué es importante comprender la mediación? Su relevancia estriba en comprender la manipulación del discurso a través de los medios masivos; cómo se va imponiendo una ideología a través de la comunicación para llegar a una lógica de la dominación.

Para la presente investigación, esta teoría resulta trascendental puesto que el uso de las redes sociales como medios de cohesión social es precisamente una forma de protegerse contra esa manipulación ideológica o, en su defecto, promover un cambio del *status quo*.

En términos generales, la mediación se refiere al proceso que se lleva a cabo para la resolución de una disputa, donde un tercero contribuye a la negociación entre las dos partes involucradas. Para efectos de la comunicación, es importante que exista una tercera parte.

De acuerdo a Roger Silverstone (New Influencer, S/F), la mediación se refiere a lo que los medios hacen y a lo que se hace con los medios. Tanto los medios de comunicación masiva como los medios de comunicación interpersonal, tienen la capacidad de crear símbolos a través de un espacio cultural, mismos que son transmitidos más allá de las barreras que impiden una comunicación cara a cara.

Al mismo tiempo esta forma de comunicación se vuelve más significativa a la hora de dirigir la vida pública, institucional y privada.

A partir de 1835 surge una nueva perspectiva sobre el papel que juegan las multitudes en la sociedad, sin dejar atrás un temor por parte de la minoría aristocrática sobre el miedo a las turbas y su notable desprecio por la mayoría que conforma el pueblo.

De encontrarse en un estado de ostracismo, ahora las masas se encuentran al interior de la sociedad misma, es decir, adquieren un nuevo protagonismo. Es más relevante su participación, misma donde buscan disolver las relaciones y la desintegración del viejo orden (Martín Barbero, 1992).

Según Martín Serrano (en Esteinou Madrid, 2011) la innovación tecnológica genera cambios importantes que tienen la capacidad de influir en el comportamiento de la sociedad. Los avances tecnológicos pueden generar ajustes en la organización social, de acuerdo las necesidades y demandas de la sociedad.

La mediación debe de entenderse como aquella instancia cultural donde se crea el significado y se le otorga uno a los mensajes producidos por los medios. En otras palabras, la audiencia se apropia del mensaje. Esta construcción de significados no se da solamente entre los medios, sino también entre otras instancias sociales (Martínez Terrero, 2006).

De acuerdo a Julián Pindado (2003), el mensaje es recibido e interpretado; éste tiene la capacidad de cuestionar y modificar valores personales, al mismo tiempo que el individuo cuenta con la opción de asimilarlo en su vida diaria de diferentes maneras. Los significados de los medios influyen en el movimiento y en los espacios sociales en los que participa el individuo.

Los medios de comunicación tienen la capacidad de intervenir en aspectos informativos y formativos, fomentando un interés en los asuntos relacionados con el conocimiento personal y social. Aquellos juegan un papel de carácter arbitrario y son considerados como una tercera vía por la cual circula la información que puede ser relevante en la interacción social de quienes hacen uso de los medios de comunicación (Pindado, 2005).

Para efectos del presente trabajo es importante considerar cómo el proceso de socialización política, entendida como el proceso mediante el cual los individuos desarrollan la concepción de sí mismos y del mundo, así como del entorno político, se ve influenciado, entre otros factores, por los medios de

comunicación. Como antecedente se puede considerar la televisión como agente socializador en relación a temas políticos.

Tomando en consideración que la televisión es el medio que más utilizan los ciudadanos para informarse sobre el devenir político (Huerta Wong y García, 2008), resultados de la investigación *El rol de la televisión en la socialización política: resultados preliminares* (Huerta et. al., 2006) mostraron que los niños de Ciudad Victoria, Saltillo y Monterrey, mencionaron haber estado enterados de que el año 2006 fue un año de elecciones. En su mayoría, la información la obtuvieron de la televisión, aunque también influyeron otros factores, como por ejemplo, otros miembros de la familia.

A través de la televisión los niños obtenían la información, mostrando – a pesar de su corta edad – interés por mantenerse informados de la situación política del país. Mientras sus padres observan las noticias, ya sea por la noche o la mañana, los niños se muestran atentos a lo que ven en la televisión. Incluso los padres de familia los incentivan para que vean los noticieros y así puedan estar informados.

Tomando en consideración que la televisión ejerce su función en el proceso de mediación, para el presente trabajo es importante considerar el potencial de las redes sociales como elementos de mediación social, como herramientas que contribuyan a la construcción de una nueva realidad, de cambio social.

2.2.3 La Tradición Comunitaria y las Comunidades Virtuales

Si bien la tradición comunitaria sí hace mención de las comunidades virtuales, cabría la importancia de tener una comprensión de la misma desde su origen.

De acuerdo a José Martínez Terrero (2006) este paradigma se enfoca en pedir que la comunicación cuente con el compromiso para la formación de comunidades culturales, donde todos los grupos sociales, incluyendo

aquellos que se encuentren en estado de marginación, sean protagonistas del acontecer, primeramente local y luego el nacional.

Bajo esta teoría, los medios de comunicación, de acuerdo a Frances Berrigan (1981), pueden ser factores que contribuyan al desarrollo, debido a que las comunidades en proceso de desarrollo se caracterizan por un aislamiento con respecto a las ideas e información. Los medios pueden ser utilizados en la medida en que permitan un diálogo y una comunicación de doble sentido, tanto del centro hacia la periferia, como entre grupos.

Siguiendo con el análisis de José Martínez Terrero (2006) este paradigma plantea que el fundamento de la nación no es el Estado, sino el mecanismo que se integra a través de las organizaciones voluntarias creadas mediante el proceso participativo y directo de la gente a nivel local. Es decir, la sociedad civil. Los medios de comunicación deben de tener la obligación para informar sobre el Estado, pero también sobre la sociedad civil y lo que ésta opina sobre el actuar de aquél.

La comunicación comunitaria establece que los ciudadanos poseen un derecho humano de carácter independiente al Estado porque el objetivo principal de este tipo de comunicación es la de fomentar un mayor sentido de solidaridad social, donde cobra importancia el saber entrar en las identidades de los grupos sociales, para que resulte ideal el tener una comunicación más participativa, dialógica y creativa (Gerardo, 2012).

Continuando con el análisis del autor José Martínez Terrero (2006), el afirmar la identidad de los grupos sociales, para que estos posean una voz participativa, permite definir si existe o no un tratamiento justo, porque de no ser así, puede ser el momento clave para que se inicie una acción política decisiva, donde la historia señala que los procesos de democratización se han logrado a través de movimientos sociales.

Con el arribo de las nuevas tecnologías, siguiendo la perspectiva del autor, han existido intentos para desarrollar una teoría comunitaria de la

computadora. La expectativa surge a partir de la década de 1990 con las comunidades virtuales o en línea, reunidas a través de temas en común. Los medios electrónicos y en especial las computadoras, fomentan y favorecen el surgimiento de un espacio de carácter común donde una diversidad de personas participan de una manera activa, favoreciendo e incluso pudiendo aumentar la interacción grupal.

De acuerdo a Francisco Javier Valiente (2004), el término 'comunidad' refiere a que debe de existir una consistencia, a través de una existencia real, a través de una relación concreta entre personas, en un espacio físico determinado. Mientras que por 'virtual' se entiende como algo opuesto, de carácter no existente. Dicha contradicción proviene del término 'realidad virtual', la cual es generada a través de programas informáticos.

Las comunidades virtuales deben de entenderse como un entorno que se basa en la Web, donde las personas se unen particularmente en torno a una temática específica, así cuentan con la posibilidad de compartir documentos y recursos. Dichas agrupaciones virtuales tienen mayores probabilidades de éxito cuando los miembros estén realizando tareas específicas o perseguir objetivos comunes (Pazos, Pérez & Salinas; S/F).

Según Hamman y Wellman (en Greece y Maloney-Krichma, 2005), con los avances de la tecnología, la definición de comunidad se vio alterada. Ahora, más que la proximidad física, las relaciones personales se basan más en su naturaleza y su fortaleza.

De acuerdo a Pierre Levy (en Valiente, 2004) y para efectos del presente trabajo, es preciso entender lo virtual, no como algo que sustituye a una realidad, sino como un complemento; una tecnología de la comunicación que es utilizada para establecer relaciones con otros.

Lo virtual y lo real no deben de considerarse como dos factores que se oponen entre sí. La razón es la siguiente: la cultura digital es parte fundamental de la cultura, entendiéndola como un todo. El aspecto virtual

debe de entenderse como una nueva forma de experimentar y analizar lo real, al mismo tiempo que mejora nuestra capacidad de comprensión (Moreno Mínguez & Suárez Hernán, 2010).

Las comunidades virtuales no existen únicamente en la red, pues también poseen elementos físicos. Pueden ser iniciadas como parte de un proceso de comunicación cara a cara y posteriormente migrar hacia los medios digitales o miembros de comunidades digitales buscan establecer un contacto físico con otros integrantes de las mismas (Greece y Maloney-Krichma, 2005).

Howard Rheingold (en Jones, 1997), define en su libro *The Virtual Community: Homesteading on the electronic frontier* [La Comunidad Virtual: Colonización de la frontera electrónica] que las comunidades virtuales son extensiones sociales que emergen de la red cuando un grupo de personas llevan su intercambio de ideas a la creación de relaciones en el ciberespacio.

De acuerdo a Quentin Jones (1997), para que una comunidad virtual pueda definirse como tal deben distinguirse los siguientes elementos:

- Nivel mínimo de interacción. Es importante la existencia de una interacción continua para poder determinar la existencia de una comunidad virtual. Sólo así se puede establecer si el intercambio de información es significativo a largo plazo.
- Diversos comunicadores. Tiene que haber más de un comunicador, pues de existir sólo uno no hay una interacción que permite conocer el grado de interacción entre sus miembros.
- Espacio común público. Una comunidad digital necesita de un espacio virtual en común. Como puede ser, por ejemplo, un grupo de Facebook.

- Cierta grado de membresía. Es decir, que el usuario requiere de un permiso para poder ingresar a la comunidad y ser partícipe de la misma.

Ugo Fabieth (en Valiente, 2004) distingue dos tipos de comunidades. Una donde existe una densa sociabilidad y la relación entre sus miembros es estrecha y afectiva; la segunda, es la comunidad imaginada basada en la idea de nación, donde intervienen los elementos de cultura, lengua, origen y territorio.

Pero las nuevas tecnologías, de acuerdo a Francisco Valiente (2004), han permitido el nacimiento de otra forma de comunidad: las telemáticas, cuya existencia se encuentra en Internet, pudiendo ser nuevas o simplemente como una continuación de las ya existentes en la realidad.

Para Pierre Levy (en Valiente, 2004), las comunidades virtuales representan el surgimiento de una inteligencia de carácter colectivo que permite reunir la aportaciones de todos aquellos individuos que participan dentro de la comunidad. Lo anterior otorga la capacidad de enfrentar nuevos retos porque es una inteligencia capaz de coordinarse en tiempo real y que permite el aprovechamiento de las capacidades de cada miembro que participa en ella.

Las comunidades virtuales, de acuerdo al citado autor, pueden clasificarse de la siguiente manera, esto para tener una mejor comprensión de las mismas:

- Comunidades de debate en tiempo real. Son las más visitadas y se refieren a los canales de discusión mediante aplicaciones como el *chat*, permitiendo un diálogo entre las personas que se encuentran en un momento particular.
- Comunidades de socialización, información, discusión o juego. Se caracterizan por un tipo de relación más estable; requieren de una inscripción así

como de la aceptación de un código de conducta. Poseen una mayor estructuración y las relaciones personales son de un carácter más duradero.

- Comunidades temáticas de investigación o de acción política. Mediante la utilización de aplicaciones anteriormente mencionadas, estas comunidades reúnen a personas alrededor de un tema concreto o actividad de investigación. Permiten el intercambio de ideas entre personas que viven diferentes situaciones y se encuentran en distintos lugares; la organización y coordinación de acciones a escala local, nacional o internacional. Internet ha sido un elemento clave para generar cohesión en estos grupos.
- Comunidades de organizaciones e instituciones. Al interior pueden generar sentido de pertenencia, así como democratizar y fomentar la participación de los miembros en los proyectos. Mientras que al exterior su función es dar a conocer sus propuestas así como atraer a más personas a sus causas.

De acuerdo al reporte realizado por Jonathan Rowson, Steve Broome y Alasdair Jones (2010) las redes sociales cuentan con el potencial de incrementar la capacidad social y cívica para la solución de problemas que antes eran resueltos por el Estado. Por lo anterior, es importante considerar al capital social como un gran castillo y las redes sociales son los elementos que lo sostienen.

Entre otros aspectos que pueden surgir en una sociedad basada en la comunicación a través de las redes sociales es el hecho de la sociedad se puede involucrar más en sus comunidades, evitando así el aislamiento al mismo tiempo que se fortalecen los lazos de la comunidad.

Así también hay que entender las redes sociales como importantes recursos de información y poder, así como fuentes que representen una oportunidad para que la sociedad entre en contacto con otros miembros e instituciones.

Los autores concluyen que los medios sociales deben de representar una oportunidad para mejorar la eficiencia a un nivel local, donde exista una mejor coordinación entre individuos, grupos, organizaciones del tercer sector y el gobierno local; en resumen, se trata de lograr una mejor coordinación que permita solventar los problemas que enfrenta una sociedad.

Para cerrar el tema de las comunidades virtuales es importante considerar que la comunicación virtual ofrece una flexibilidad que no sustituye la comunicación cara a cara, más bien la complementa. Se considera importante realizar el análisis desde el campo de la comunicación, eje central del presente trabajo de investigación.

Las nuevas tecnologías de la información poseen la capacidad de fomentar las expresiones compartidas (Sunstein, 2003), incluyendo personas que no se conocen entre sí o que de alguna otra manera no se sientan pertenencia a un determinado grupo.

2.3 MARCO CONTEXTUAL

Para la realización de un trabajo de investigación se requiere del conocimiento de la situación que se vive en el entorno; es imprescindible establecer cuáles son los aspectos geográficos, sociales y culturales que de alguna manera influyen en el devenir. Por lo anterior, se considera pertinente el conocer el perfil de la ciudad de Monterrey.

2.3.1 Ciudad de Monterrey

Para contribuir con una mejor comprensión del presente estudio es importante realizar una detallada descripción de la ciudad de Monterrey,

comprendiendo cuáles son sus principales actividades económicas, sociales y culturales, así como también su gobierno y división municipal.

De acuerdo a la página oficial del Gobierno del Estado de Nuevo León (Gobierno del Estado, 2013), la historia de la Sultana del Norte es una de lucha aguerrida. Tres fundaciones son las que caracterizan a la ciudad. Las primeras dos no tuvieron éxito, caracterizadas por una fuerte resistencia por parte de los grupos indígenas así como las condiciones del terreno, entre otros factores.

La primera fue realizada por Alberto del Canto en 1577. Posterior a la fundación de la ciudad de Saltillo, llegó al Valle de la Extremadura, lo que vendría a ser el Valle de Monterrey y fundó el pueblo de Santa Lucía, mismo que tuvo una corta duración debido a una orden de aprehensión en contra de su fundador.

Posteriormente Luis Carvajal y de la Cueva viajaría a España para reunirse con el Rey Felipe II y negociar la conquista, pacificación y población del Nuevo Reino de León. Dicha propuesta fue aceptada por el monarca. Regresando a la Nueva España no tardó en dominar el territorio, para luego fundar, donde antes fue Santa Lucía, la villa de San Luis Rey de Francia. Este segundo intento de fundación fracasó porque su representante fue entregado a la Inquisición acusado de encubrimiento.

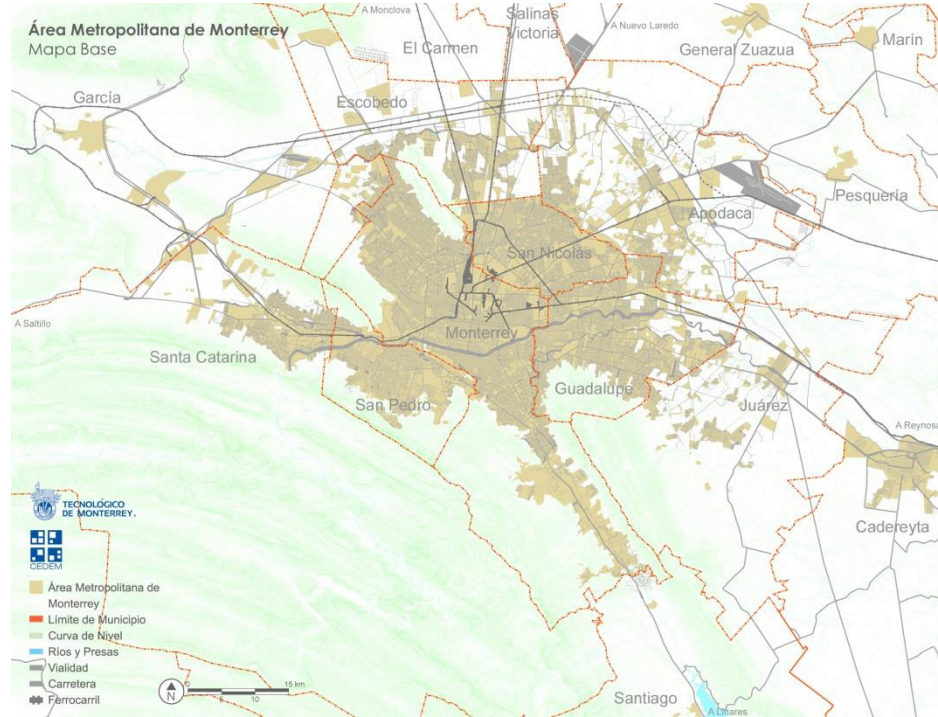
Los siguientes ocho años fueron de completa desolación para el Nuevo Reino de León. Quienes regresaron después de todo ese tiempo fueron los amigos de Carvajal y de la Cueva; entre ellos se encontraba Diego de Montemayor quien, después de ser nombrado gobernador de Coahuila, regresó acompañado de doce familias quienes, un 20 de septiembre de 1596 fundaron la Ciudad Metropolitana de Nuestra Señora de Monterrey.

2.3.1.1 División municipal

De acuerdo al artículo 28 de la Constitución Política del Estado de Nuevo León (Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Nuevo León 2009: 12), éste se divide de la siguiente manera:

“El Estado de Nuevo León comprende el territorio de lo que fue provincia del Nuevo Reyno (sic) de León, con los límites que marcan los convenios relativos con los Estados vecinos, y continúa dividido en las siguientes Municipalidades: Monterrey, (Capital del Estado), Abasolo, Agualeguas, Anáhuac, Apodaca, Aramberri, Allende, Bustamante, Cadereyta Jiménez, Carmen, Cerralvo, Ciénega de Flores, China, Dr. Arroyo, Dr. Coss, Dr. González, Galeana, García, Gral. Bravo, Gral. Escobedo, Gral. Terán, Gral. Treviño, Gral. Zaragoza, Gral. Zuazua, Guadalupe, Higuera, Hualahuises, Iturbide, Juárez, Lampazos de Naranjo, Linares, Los Ramones, Los Aldamas, Los Herreras, Marín, Melchor Ocampo, Mier y Noriega, Mina, Montemorelos, Parás, Pesquería, Rayones, Sabinas Hidalgo, Salinas Victoria, Hidalgo, San Nicolás de los Garza, San Pedro Garza García, Santa Catarina, Santiago, Vallecillo, Villaldama y con las demás municipalidades que se formen en lo sucesivo”.

Figura 2. Ubicación de la ciudad de Monterrey



Fuente: Centro de Desarrollo Metropolitano y Territorial, ITESM.

Para efectos de la presente investigación es importante considerar solamente los municipios que conforman el área metropolitana de la Ciudad de Monterrey. Estos son: Monterrey, Guadalupe, General Escobedo, Apodaca, San Nicolás de los Garza, Santa Catarina, San Pedro Garza García, Juárez, Cadereyta, García, Santiago y Salinas Victoria.

2.3.1.2 Geografía

La ciudad de Monterrey, de acuerdo a la página oficial del gobierno municipal (2009), es reconocida como la “La Ciudad de las Montañas”. Al sur se encuentra la Sierra Madre Oriental, al suroeste se ubica La Huasteca, mientras que al poniente se localiza el Cerro de las Mitras. Al noroeste destaca el Cerro del Topo Chico y al suroeste, el famoso ícono de la Sultana del Norte: el Cerro de la Silla, emblemática montaña que distingue a la metrópoli desde el momento en que el avión prepara el aterrizaje.

Símbolo de Monterrey, el Cerro de la Silla se eleva a 1,770 metros sobre el nivel del mar. Su nombre se debe a la semejanza con la silla de montar de un caballo. Al menos así lo percibió el conquistador Alberto del Canto cuando recorría aquellas tierras en el año 1577. El cerro fue declarado como monumento a la nación mediante un decreto presidencial en el año 1991.

Figura 3. Cerro la Silla, ícono de la Sultana del Norte



Fuente: Monterreyhistorico.com

La Sierra Madre Oriental es una enorme cordillera; pertenece al Parque Nacional Cumbres, considerado el más grande de México. Asimismo, la sierra se caracteriza por una variedad de vegetación, abundante de fauna y bosques.

El Cerro del Topo Chico lleva su nombre por el parecido que – según la percepción de las personas – tiene con los perros de la pradera. También es conocido por sus manantiales, al igual por considerarse un volcán inactivo.

El de las Mitras es un cerro que, en contadas ocasiones y dependiendo del clima frío que se pueda presentar en la ciudad, puede llegar a cubrirse de nieve o hielo, ofreciendo una vista muy peculiar para una región que no se caracteriza por las fuertes nevadas. Su nombre deriva por el hecho que sus cumbres poseen la forma de una toca alta y apuntada, mismas que usan los obispos católicos.

El Obispado es otro de los cerros que caracterizan a la ciudad regiomontana. Durante el siglo XVIII se construyó una residencia de carácter episcopal, de ahí su nombre. En el lugar se localiza actualmente el Museo del Obispado y el Mirador donde se ubica el Asta Bandera, ofreciendo un bellissimo panorama de la ciudad.

Figura 4: Cerro del Obispado. Regio patriotismo por la nación.



Fuente: Skycrapercity

La ciudad ofrece una apariencia mística de estar fuertemente protegida, pues las murallas naturales la rodean.

2.3.1.3 Economía

La ciudad nortea es la segunda fuerza motriz de la industria del País, donde la actividad manufacturera y la banca comercial son las principales actividades económicas.

De acuerdo a la página oficial del gobierno del Estado (2013), la ciudad de Monterrey cuenta con una tradición de carácter empresarial donde sobresalen compañías como Alfa, centrada en petroquímicos, alimentos, telecomunicaciones y autopartes; Banorte, como el banco característico de la ciudad; CEMEX, empresa dedicada a la manufactura de cemento; PROEZA, manufactura de autopartes, procesamiento de alimentos y software. Entre otras, destacan Vitro, Villacero y Xignus. También destacan compañías internacionales tales como Johnson Controls, Siemens, Mitsubishi, General Electric, LG Electronics, Mercedes Benz, Toyota Tsuhi, entre otras.

De acuerdo a ISACA² Monterrey (2007), la ciudad cuenta con el nivel del Producto Interno Bruto (PIB) per cápita más alto respecto a otras ciudades ubicadas en el continente latinoamericano. Así también, la Sultana del Norte ha pasado por un proceso de transición donde, de ser una economía enfocada en la manufactura ha pasado a ser una basada en el conocimiento y los servicios.

El enfoque que pretende la metrópoli es el desarrollo del sector biotecnológico, así como la mecatrónica. Otro rubro al que se le pretende dar mayor impulso es al del turismo, siendo promovido de manera más asidua por considerarse una importante fuente de ingresos; éste es asociado a la organización de grandes eventos de negocios para poder ofrecer mayores atracciones a los visitantes.

² ISACA: Information Systems Audit and Control Association [Asociación de Sistemas de Información, Auditoría y Control].

2.3.1.4 Cultura y Gastronomía

De acuerdo a la página oficial del gobierno municipal (N/A), la cultura en Monterrey comenzó su desarrollo a partir de finales del siglo XIX y comienzos del XX con la construcción de salas de teatro, espacios públicos, junto con toda una diversidad de escenarios que han sido testigo de importantes obras y artistas reconocidos a nivel internacional.

Actualmente, se considera que la ciudad es uno de los principales centros culturales a nivel Latinoamérica donde se han desarrollado toda una diversidad de expresiones artísticas que han permitido el posicionamiento de la metrópoli a nivel internacional en la agenda cultural.

Por su parte, la gastronomía de la ciudad se caracteriza por el cabrito al pastor y la carne asada, las puntas norteñas, el machacado con huevo, así como toda una diversidad de dulces regionales (ITESM, S/F).

2.3.1.5 Educación

La ciudad de Monterrey es sede de instituciones educativas, tanto públicas como privadas, que son destacadas a nivel nacional, mismas que han sido reconocidas por su contribución a la investigación y al desarrollo a nivel nacional e internacional. Esto ha tenido como resultado que la ciudad se posicione como uno de los mejores destinos educativos en México.

Entre las universidades que destacan se encuentra la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL); el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM); la Universidad de Monterrey (UdeM); y la Universidad Regiomontana (UR), entre otras.

La UANL inició actividades en el año de 1933 y en la actualidad se encarga de la educación de alrededor de 120,000 estudiantes. Entre sus programas de estudio destacan las carreras, maestrías y doctorados relacionados a las Ciencias. Así también, la institución es reconocida por ser una gran fuente de aportación a la cultura, destacando en áreas como la música, las artes plásticas y ciencias sociales.

Por su parte, el ITESM – fundado en 1943 – mantiene un índice alto de reconocimiento a nivel internacional porque cuenta con altos niveles académicos y de investigación. Está formado por diversos campus que se localizan en diferentes ciudades del país, así como oficinas en diversas partes del mundo, ampliando así su visión y campo de acción en mundo que se caracteriza por la globalización y el cambio constante.

Las áreas que destacan por parte del ITESM son la Universidad Virtual, la Escuela de Graduados en Administración Pública (EGAP) y la Escuela de Graduados en Administración de Empresas (EGADE).

Reconocida como una de las diez mejores universidades de inspiración católica en Latinoamérica, la UDEM destaca por el desempeño en la formación de estudiantes profesionalizados en las áreas de carácter administrativo y de negocios familiares. Por su parte la UR es otro de los pilares educativos de la ciudad, atendiendo alrededor de 6,000 estudiantes, siendo reconocida por formar estudiantes con un alto grado de competencias para el trabajo.

Cabe destacar que ante la Secretaría de Educación Pública (SEP) se encuentran registradas más universidades que también son debidamente reconocidas por su desempeño académico. Entre las que destacan se encuentran el Centro de Estudios Universitarios (CEU), la Universidad Valle de México (UVM), la Universidad Tecnológica (UNITEC), el Centro de Estudios Superiores de Diseño de Monterrey (CEDIM), la Escuela Superior de Música y Danza (ESMD) y el Instituto Culinario de México, entre otras.

La ciudad de Monterrey sobresale por ser hogar de estudiantes foráneos, tanto del interior del país como de otras naciones. Algunos de ellos se quedan a vivir lo cual permite aprovechar el capital humano e intelectual, sirviendo de puente para fortalecer las relaciones entre el gobierno, las empresas y las universidades para continuar atrayendo talento educativo que contribuya al crecimiento y desarrollo de la ciudad.

2.3.1.6 Participación de la sociedad civil en Monterrey

Existen antecedentes de que la metrópoli regiomontana cuenta con una sociedad civil participativa, que gusta de involucrarse en los movimientos que afectan a sus intereses. Así lo menciona María Teresa Villarreal Martínez en su artículo *Ciudad, participación y movilización* (2011).

La autora menciona que cuando hay una ausencia de mecanismos democráticos de participación referente a lo toma de decisión respecto a mega proyectos que pueden afectar los intereses de la sociedad surgen movimientos sociales que buscan el rechazo a los proyectos del gobierno que favorecen a unos pocos, imponiéndose sobre los derechos colectivos.

Ejemplo de lo anterior – continuando con el análisis de la mencionada autora - fue la construcción de la pista de alta velocidad en el Parque Fundidora entre 1999 y 2001; el colectivo ciudadano se manifestó en contra promoviendo la defensa de lo que se considera el patrimonio público. Así también, aunque sin el debido éxito, buscó alertar contra la privatización y, por otro lado, incluir en el discurso la demanda de información de carácter público como un derecho ciudadano.

Posteriormente vendrían más movimientos colectivos contra los proyectos Valle de Reyes, el desarrollo inmobiliario del Paseo Santa Lucía, y sin dejar a un lado, el nuevo estadio del Club de Fútbol Monterrey. Cabe destacar, como lo menciona Villarreal Martínez, que los movimientos sociales no han sido de carácter masivo en referencia a los grandes proyectos, sí logran ser significativos debido a su enfoque ambiental-ciudadano, a la cobertura que le han dado los medios, pero sobre todo, al uso de las nuevas tecnologías, como los blogs, las redes sociales así como su demanda a la clase empresarial por una mayor responsabilidad social.

La autora, en otro artículo titulado *Las organizaciones civiles en la gobernanza* (2010), señala el proceso que han seguido las asociaciones civiles en la ciudad de Monterrey. Es importante considerar que México, a

partir de la década de 1980 inició una etapa hacia la democratización, terminando así con una caracterizada por el autoritarismo gubernamental. Así se dio una mayor apertura para el surgimiento de las organizaciones civiles.

Los individuos se reúnen porque buscan ir más allá de su participación emitida a través del voto, buscando involucrarse más en los procesos democráticos y de construcción de políticas públicas. Por ello, es importante destacar que, para que se dé realmente una gobernanza, tiene que existir una inclusión no sólo por parte de los sectores públicos y privados, sino también por parte de lo que se conoce como el sector cívico social.

A continuación se analizara de manera breve el surgimiento de la movilización social en la Ciudad de Monterrey, como lo señala Villarreal Martínez (2010):

- Entre los años 1985 y 1989 aparece una insurgencia contra el fraude, donde lo más destacada fue la movilización de la clase media ante el llamado del Partido Acción Nacional para salir a las calles y cuestionar al gobernador.
- Durante 1989 y 1994 destaca el surgimiento de la identidad ciudadana donde los grupos autónomos se reconocen como sujetos de derechos, integrándose al movimiento ciudadano nacional que reclama una democracia electoral. Mientras que a nivel federal se abre la posibilidad de que los grupos sociales pueda financiarse a través del Programa Nacional de Solidaridad (PRONASOL).
- Entre los años de 1995 y 2003 surge una mayor ampliación del espacio público ciudadano. Hay una mayor multiplicación de grupos que defienden la diversidad sexual, la equidad de género y la expresión cultural

alternativa. Se crea el Consejo para la Cultura y las Artes de Nuevo León (CONARTE), institución descentralizada del gobierno estatal con facultad de otorgar recursos a grupos sociales y ciudadanos para desarrollar programas especiales para el área social y cultural.

- A partir del 2004 hasta el 2009 surgen nuevas agrupaciones destinadas a la protección del medio ambiente, la cultura alternativa y contra la oposición de políticas neoliberales. Con la alternancia del gobierno surgen nuevos mecanismos descentralizados de participación ciudadana así como consejos y comités ciudadanos dentro de instancias gubernamentales. Posteriormente se le otorga la facultad al Consejo de Desarrollo Social (hoy Secretaría de Desarrollo Social) para ser quien mantenga las relaciones estrechas entre el gobierno y las organizaciones de la sociedad civil.

En Nuevo León, a la par de la transformación democrática se dio una mayor utilización de mecanismos institucionalizados de participación tales como la iniciativa ciudadana para promover leyes ante el Congreso del Estado; el acceso a la información pública; los consejos de participación ciudadana estatales y municipales. Así como la creación de instituciones gubernamentales para entablar relación con los organismos civiles que han decidido adoptar una forma jurídica.

Entre los retos que enfrenta la gobernanza en Nuevo León y las organizaciones civiles son los referentes a la temática ambiental, así como a la preservación de los recursos naturales como bienes públicos. Pero estos han tenido sus resultados positivos, pues han logrado poner en la agenda pública y de los medios de comunicación el tema del desarrollo urbano así como el manejo de las reservas naturales y obligar a detener grandes

proyectos para análisis detenido, mismos que no contemplaban un cuidado ambiental y un adecuado manejo de los recursos naturales.

3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El ingreso y avance de las nuevas tecnologías de la comunicación, en este caso las redes sociales, han logrado una penetración que permite a los usuarios estar mejor comunicados, pero también mejor informados y organizados; dichas herramientas comunicacionales permiten el acceso a información que no necesariamente es publicada por los medios de comunicación tradicionales.

Existen diversas organizaciones civiles que hacen uso de las redes sociales para mantener un contacto más directo con los ciudadanos, difundiendo información para generar mayor conciencia social y promoviendo una mayor participación por parte de aquellos, con el objetivo de generar un cambio y consolidar una democracia. Hay camino por recorrer, los resultados no son inmediatos.

La presente investigación tiene como propósito analizar el uso de las redes sociales por parte de organizaciones no gubernamentales, con el objetivo de confirmar o refutar que dichas herramientas comunicacionales juegan papel crucial para generar una mayor cohesión social. Por lo anterior, se optó por un método de índole cualitativa para, mediante entrevistas realizadas a los involucrados, determinar el uso de las redes sociales como factores de cohesión social.

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El proceso de investigación (Gilroux y Tremblay, 2004) permite conocer más sobre un determinado fenómeno. Por otro lado, el diseño representa el eje vertebral de un proyecto y debe de ser de carácter riguroso donde no se puede modificar el orden en que se realiza, es decir, no se pueden saltar u omitir etapas, lo que puede resultar en que la investigación carezca de validez y/o confiabilidad (Fernández Collado y Galguera García, 2008).

De acuerdo a los autores Sylvain Giroux y Ginette Tremblay (2004), la tercera gran etapa de una investigación consiste en la elección de una metodología donde se debe seleccionar a los participantes. Así también, el investigador debe asegurarse que la herramienta seleccionada le permita reunir los datos apropiados para realizar el correcto análisis para verificar lo establecido en la fundamentación del proyecto.

Para el desarrollo del presente trabajo de tesis se optó por un enfoque cualitativo, mismo que es recomendado para una investigación cuando el tema ha sido poco explorado.

Como lo señalan Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2010), el enfoque cualitativo se selecciona cuando se pretende una mejor comprensión de la perspectiva de los participantes, que en este caso serían los organismos no gubernamentales, acerca de los fenómenos políticos y/o sociales que se suscitan en la Ciudad de Monterrey. Al tiempo que se busca una profundización en las opiniones y significados sobre el uso de las redes sociales como vehículos de cohesión social.

Un aspecto importante a considerar sobre el enfoque cualitativo (Aravena, Kimelman, Micheli, Torrealba y Zúñiga, 2006) es que no pretende que el estudio de un determinado fenómeno a partir de una teoría correctamente estructurada. Por el contrario parte del análisis de una situación real de la cual busca establecer un concepto. El investigador busca conocer y comprender lo que sucede en su entorno, por lo que a partir de sus observaciones, en un determinado contexto, busca dar una interpretación comprensible del fenómeno en estudio.

Continuando con la fuente anterior, el método cualitativo no está enfocado a probar la existencia de algún elemento particular del fenómeno en estudio. Por el contrario, lo que busca es establecer la mayor cantidad de cualidades con las que cuenta.

Otro de los aspectos fundamentales del enfoque cualitativo es su carácter de proceso. Es decir, la vida social se considera como una sucesión de acontecimientos donde se hace un énfasis en los cambios que se manifiestan a través del proceso. Con lo anterior, cabe destacar que la investigación cualitativa opta por una estrategia abierta y de carácter no estructurado. Esto permite tener acceso a temas o asuntos no esperados, mismos que serían indetectables si se siguiera una estructura rígida.

Para la presente investigación se realizaron entrevistas a miembros de organizaciones no gubernamentales que hacen uso de las redes sociales para promover, de manera constructiva, un cambio social en la ciudad de Monterrey.

3.2 UNIVERSO, MUESTRA Y RECOLECCIÓN DE DATOS

En el desarrollo de una investigación de carácter cualitativo la muestra (Hernández Sampieri et al., 2010:294) es “un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia”. Si bien, el estudio está enfocado en la Ciudad de Monterrey, la muestra – es decir, los entrevistados – darán su opinión en relación a la urbe y su área metropolitana.

3.2.1 Muestra

Continuando con los autores antes mencionados, para efectos de la investigación se seleccionó una muestra de expertos y de casos-tipo, debido a que se requería de la opinión de individuos expertos en temas como las redes sociales, organizaciones civiles y la cohesión social, así como la obtención de información de calidad, rica y profunda, agregando valor a la presente tesis.

Las razones por las que se seleccionaron a los participantes son en relación a su campo de trabajo; son personas que trabajan de lleno o destinan parte de su tiempo al desarrollo de organizaciones civiles cuyo propósito es promover un cambio social; así también hacen uso de las redes sociales para mantener informada a las personas que siguen a la organización.

King y Horrocks (Hernández Sampieri et. al., 2010) definen la entrevista cualitativa como más íntima, flexible y abierta. Se determinó que una entrevista semiestructurada era la manera más adecuada de realizar la investigación. Ésta se define como una donde se establecen preguntas para dar seguimiento al entrevistado, pero quien realiza la entrevista puede mostrarse flexible y agregar nuevas preguntas durante el transcurso de la misma.

De acuerdo a Aravena et al. (2006) la entrevista cualitativa permite el acceso al acontecer social desde la perspectiva de los involucrados; también es considerada como una técnica aplicable en aquellas situaciones donde existen relaciones sociales. Por su naturaleza, este tipo de entrevista estriba entre una conversación informal y una entrevista completamente formal. Lo último en relación a que, de igual manera, está planeada, determinando la forma de interacción entre el entrevistado y sus interlocutores.

3.2.2 Recolección de datos

Para efectos de la investigación se creyó conveniente la aplicación de una entrevista semiestructurada, la cual permite que los entrevistados puedan manifestar sus puntos de vista sobre el tema que se encuentra en estudio, lo que permite un diseño más abierto. Aun así, el objetivo de la entrevista es establecido de antemano, se plantean hipótesis relativas al tema de estudio, mismas que sirven de guía para la formulación de las preguntas.

Durante el proceso de una entrevista cualitativa toma relevancia el habla así como las señales sobre las emociones o sentimientos, mismos que se

expresan a través de la gesticulación y de la entonación de voz. El “cómo” y el “qué” se dice son igual de importantes.

Vale la pena considerar cuáles son las ventajas y limitaciones que presenta el instrumento de medición, que en este caso particular viene siendo la entrevista.

De acuerdo a Luz María Guerrero³ (s.f.), en su documento *La Entrevista en el Método Cualitativo*, define como ventajas del proceso de la entrevista la facilidad con la que se establece una comodidad e intimidad con el entrevistado, situación que favorece la transmisión de información no superficial, así como acceder a otra que de otra manera no sería fácil de obtener sin la mediación del entrevistador.

Otra de las ventajas es que permite al investigador clarificar y dar seguimiento a preguntas. Es una técnica flexible que prevé errores, al tiempo que genera puntos de vista e hipótesis que enriquecen los intereses de la investigación.

Para efectos de una investigación es importante también tener en consideración cuáles son las limitaciones del instrumento. El primer factor que hay que tomar en cuenta es el tiempo debido a que las entrevistas a profundidad requieren de una mayor cantidad para poder realizarse.

Así también se carece de una observación directa, por lo que se depende – en su mayor parte – de lo que el entrevistado pueda aportar al investigador. Por lo tanto la obtención de los datos puede verse influida por la relación entre el entrevistador y el entrevistado.

Vale la pena considerar algunas de las recomendaciones que propone Hernández Sampieri et al. (2010) a la hora de realizar una entrevista:

- El propósito de la entrevista es obtener la información de acuerdo a la perspectiva del entrevistado, por lo que el

³ Magíster en Antropología y Desarrollo por la Universidad de Chile.

realizado debe de escuchar con atención y cuidado, pues lo primordial es el contenido.

- Se debe de lograr una naturalidad, espontaneidad y amplitud en las respuestas, logrando así aportar más detalles que sean de utilidad para el investigador.
- El entrevistador debe de lograr un clima propicio para el buen desempeño de la entrevista.
- No se debe de preguntar de manera tendenciosa ni mucho menos inducir la respuesta.
- Demostrar al entrevistado que la entrevista es legítima y relevante para el estudio.

Con el objetivo de obtener información para el desarrollo cualitativo de la presente investigación se diseñó una entrevista con preguntas para realizarse a expertos en el tema de redes sociales y a líderes de organizaciones no gubernamentales y/o movimientos sociales ubicados en la Ciudad de Monterrey.

Las entrevistas fueron realizadas de manera personal y quienes participaron fueron:

- Lic. David Pulido – Director de Realidad Expuesta.
- Lic. Hannia Quijano – Cofundadora y Representante Legal de Enlazando Esfuerzos Conjuntos, A.C.
- Lic. Luis Ávila – Narrativa y Redes del Consejo Cívico, A.C.

La investigación cualitativa, en resumen, lo que pretende lograr es la obtención de información de calidad que permita un adecuado y profundo análisis, con la firme intención de que el estudio realizado sea lo más objetivo posible. Sin mayores preámbulos, en el siguiente capítulo se presenta el

Análisis de Resultados sobre el estudio de las redes sociales como medios
de cohesión social.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

El presente capítulo del trabajo de investigación viene a ser la parte central del mismo, pues es donde se dan a conocer los resultados. En esta investigación se optó por un estudio cualitativo y dentro del mismo se eligió, como instrumento de medición, la entrevista, con el propósito de obtener resultados de mayor contenido que permitan darle mayor profundidad al estudio.

Las preguntas estuvieron enfocadas, de acuerdo al planeamiento del problema, a determinar el uso de las redes sociales por parte de las organizaciones civiles consultadas, como factores de cohesión social, buscando analizar si la sociedad se involucra y participa más en torno a problemáticas políticas y sociales.

4.1 Entrevistas

A continuación se presenta un resumen de las entrevistas realizadas a miembros de asociaciones civiles de la ciudad de Monterrey.

4.1.1 Realidad Expuesta

Fecha: Miércoles 11 de septiembre de 2013

Lugar: Ciudad de Monterrey, Centro de Biotecnología del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Monterrey

Entrevistador: Jesús Alejandro Garza Pérez

Entrevistado: David Pulido, Lic. en Ciencias Políticas y estudiante de Doctorado en Ciencias Sociales.

Introducción:

David Pulido dirige el proyecto ciudadano Realidad Expuesta, también forma parte de la organización Pueblo Bicicletero; es miembro del colectivo Movimiento Ambientalista Ciudadano. Realidad Expuesta es un proyecto de periodismo ciudadano que pretende poner en la mesa temas que no son tratados de una manera objetiva o superficial en los medios tradicionales. La

tesis doctoral de David Pulido está enfocada a los movimientos sociales. Las preguntas estuvieron enfocadas principalmente a la organización de Realidad Expuesta, pero el entrevistado abordó también a los otros grupos, así como su perspectiva personal sobre los movimientos sociales, aportando un contenido enriquecedor para el trabajo de la presente investigación.

Entrevista: David Pulido

1. ¿Cuál es la red social que más utiliza la organización civil?

Pues de Realidad Expuesta creo que es Facebook, las dos básicas son Facebook, Twitter, pero la que es más importante es Youtube. Facebook y Twitter se utilizan para compartir información. Realidad Expuesta genera contenido propio, pero comparte información, vídeos, fotos, artículos de noticias relevantes, sensibles para los criterios de la información que se comparte en Realidad Expuesta, que de alguna forma hay un criterio que se genera con quien publica, por ejemplo, en mi caso.

Publico respetando el sentido del medio que habla de la importancia de los derechos humanos, del activismo social, del periodismo ciudadano, entonces este, son temas muy amplios. Se comparte información a través de Facebook y de Twitter, pero en YouTube es donde se publica el material del medio de Realidad Expuesta, porque el 99% de los vídeos en Youtube son producción de Realidad Expuesta y además tiene muchísima mayor relevancia lo que compartes en YouTube porque es un contenido documental.

La cuestión con Facebook y Twitter es que es información efímera, no dura más de...O sea, si tú publicaste algo en Facebook, vas a tener mucha suerte si todavía al otro día alguien está comentando la publicación. En Facebook, ahorita lo que publicas tiene que ser una

cuestión...Ahorita ya es obvio que las cosas que más se comparten en Facebook son imágenes. Si compartes un link de vídeo, de artículo, no se comparte igual. Son la cuestión gráfica que llama más la atención.

Pero no pasa más de un día y en Twitter mucho menos. En Twitter es una cuestión de minutos o si acaso una hora y ya nunca más nadie vuelve a ver tu tuit. Entonces, realmente el Twitter no puedes utilizarlo a menos que estés...Digo, puedes utilizarlo, pero más bien si quieres realmente usar la herramienta de forma adecuada tendrías que estar usándolo permanentemente todos los días.

En Facebook no importa tanto a menos que tu interés principal sea conseguir likes, que eso también habría que evaluar cuál es el sentido de eso. Porque en mi experiencia yo administro tres redes sociales y no...O sea, tener más likes en tu página no garantiza que tengas mayor participación en tus actividades, no garantiza que la gente lea más.

Por eso a mí me parece más relevante, para mí como quién ve los vídeos, quién ve el canal de Youtube; si hay trescientas personas que vieron el vídeo, son trescientas personas que vieron el mensaje y con eso me quedo. Prefiero esas trescientas a dos, tres likes en Facebook.

Y bueno, también la cuestión de Youtube para mí es que es una cuestión documental. No me importa tanto el tema de que se vuelvan vídeos virales, sino que queda de una forma, como un registro de los movimientos de lo que está haciendo la gente, de lo que está pasando en la ciudad y entonces si tú quieres saber sobre la marcha contra el túnel en el cerro de la Silla, pues entras a Youtube, pones "Túnel cerro de la Silla marcha" y va a salir el vídeo de Realidad Expuesta, entonces tal vez tenga mil vistas nada más, pero es un registro histórico para que alguien sepa que ha habido movimientos por el medio ambiente en esta

ciudad, cuando hay gente que cree que aquí nadie se mueve por nada. Bueno, eso prueba lo contrario, entonces eso es para mí la importancia de Youtube, como red social, por encima de Facebook y de Twitter, en el caso de Realidad Expuesta.

Porque te puedo dar el ejemplo de Pueblo Biciletero, yo soy integrante y administro la red social de Pueblo Biciletero y bueno, en Pueblo Biciletero sí es distinta la dinámica. En Facebook este pues ahí es el rollo de las fotografías, de las actividades, de las pedaleadas o subes una imagen de una bicicleta y se comparte doscientas, trescientas veces. Ahí, en esa red donde he visto que, nunca había visto que se compartiera tanto una fotografía que le llegó como a ciento veinte mil personas. Entonces, ¿cómo puede ser eso?

Pero bueno, esas son las ventajas, de en algún momento. El problema es qué mensaje va cuando se comparte una imagen tanto. Es el mensaje de “Hola, buenos días, súbete a la bici nada más”, pues está padre de alguna forma pero a mí siempre como que prefiero que se compartan cosas que tienen un poco más de contenido. Entonces, es tratar de equilibrar un poco de subir algo gráfico, que sea atractivo para la gente, para que comparta en esa red pero al mismo tiempo tienes que ponerle de alguna forma un poquito de textito y liga para que tal vez alguien que tenga un poquito más de interés diga, “ah mira, aquí hay una liga a algo más...déjame leo, o déjame veo el vídeo”.

Entonces yo cuando hablo de compartir cosas en Realidad Expuesta también trato de subir una foto del vídeo que sea más o menos llamativa y poner un resumen de no más de cuatro líneas y una liga al artículo o al vídeo o a más fotografías.

2. ¿Cuánto tiempo le dedica la organización al uso de las redes sociales?

Sí mira, Realidad Expuesta la verdad ha tenido históricamente temporadas bajas de compartir y temporadas altas porque depende mucho del tiempo, es tiempo voluntario realmente. Y como soy el principal colaborador de esa red, entonces depende mucho de mi tiempo personal. A diferencia de otras organizaciones como el CIC o como, cualquiera que tenga gente que trabaja para la organización...yo no trabajo para Realidad Expuesta. Realidad Expuesta es un trabajo colaborativo/voluntario.

Igual tampoco trabajo para Pueblo Bicicletero, es tiempo voluntario. Entonces, en el caso de Realidad Expuesta es cuando tengo tiempo. Y lo que más más me interesa de Realidad Expuesta te digo es más la producción de vídeo, de reportajes y entrevistas, no tanto del Facebook. Si tengo un nuevo material, que entrevisté a algún político, a algún experto o hice un reportaje sobre un evento que hizo algún movimiento en la ciudad, pues entonces ahí me pongo, ahí ya me pongo, lo edito, este y trato de darle una buena difusión pues para lograr que por lo menos, no sé, durante unos tres días estar “oye, ¿ya vieron el nuevo vídeo...?”, cosas así, ¿no?.

Ahí me doy cuenta que pues obviamente si estuviera todo el día alimentando, más o menos constantemente, generas una...siempre hay una especie de cantidad de lectores fijos, al pendiente de tus publicaciones, porque que tengas tantos suscriptores no quiere decir que estén al tanto de tu información. Entonces el problema de dejar pasar tiempo, de publicar en las redes sociales es que si, de repente vuelves a publicar como si no hubiera pasado nada de tiempo, pos (sic) resulta que en los muros no aparece porque has estado inactivo,

entonces pues de alguna forma no te ayuda mucho si lo que buscas es la difusión de tu material.

Tienes que estar insistiendo en las redes, republicando varias veces el vídeo de distintas formas. Por ejemplo, puedes publicar primero el enlace del vídeo en Twitter y en Facebook. Luego unas seis horas después publicas una imagen del vídeo, con un resumen. Y luego al otro día puedes republicar el vídeo y...pero no puedes hacerlo mucho tiempo, porque tus suscriptores van a decir: "Bueno, ¿y qué? Ya eso lo vi ayer", ¿no? Entonces sí tienes que tener una buena estrategia de tratar de darle la mayor cantidad posible de difusión a tu reportaje, tu vídeo mientras tengas esos dos días, porque si no se pierde la intención y, este, bueno eso.

Una de las cosas que más hago en Realidad Expuesta es subir información en Facebook, en Twitter. Además está conectado, casi no me preocupa mucho por Twitter, tengo conectada la cuenta de Facebook a Twitter y trato de que el resumen sea suficientemente corto para que no se corte al momento de irse a Twitter, porque a la gente de Twitter no le gusta ver las publicaciones de Facebook o a mucha gente no le gusta el Twitter. Entonces tienes que tratar de que cuando se va a Twitter se lea completo el mensaje, no que se corte, eso molesta mucho a los tuiteros.

Entonces publicamos cosas de invitaciones a eventos, congresos, foros y casi todo, es como un órgano de difusión de que si van a hacer un evento por los derechos indígenas. Porque conozco a mucha gente de grupos sociales de la ciudad y en cuanto veo inmediatamente una convocatoria, inmediatamente bajo el poster, agarro la información, la publico. Si tengo más tiempo lo público en el blog. Eso se publica mucho y eso sí trato de...eso no importa que lo esté publicando durante

una semana, una vez al día. Porque es un evento, es como siempre estar recordando, “recuerden que el próximo fin de semana es el congreso por el derecho de los indígenas”, ¿no? Y este, eso hay gente que lo replica, que lo ve, lo difunde y, este, está bien. Sí he visto que esas invitaciones se difunden mucho, le dan mucho compartir.

En el caso del material del vídeo es diferente, no hay tantas posibilidades de lo puedas compartir tanto y en otras redes como Pueblo Bicicletero pues es bien diferente, porque, por ejemplo, un poster para una pedaleada si lo publicas el martes y la pedaleada es hasta el domingo pues básicamente todos los días puedes volver a publicar el mismo poster que publicaste y volverle a dar ‘compartir’, “recuerden que el domingo vamos a ir a tal. Y cada una de esas publicaciones es otro “shares”, otros “compartir”.

3. ¿Cuáles son las razones por las cuales la organización hace uso de las redes sociales?

Realidad Expuesta nace de las redes sociales; lo primero que es, es un blog en *blogger*, eso es una red. *Blogger* es una red de blogs y un canal de Youtube. Youtube es una red social y bueno, después sale el Twitter y el Facebook. ¿Por qué? Pues porque tienes que tener todo, porque estamos en un mundo totalmente conectado y al menos, en el mundo del Internet. Yo estoy totalmente consciente [que] quien tiene acceso a Internet no es todo mundo.

Pensando en eso, pues bueno, de todos modos hay una audiencia de millones de personas que sí están conectados (sic) a Internet. Y que estas redes te permiten simplemente llegar a personas que tú no puedes llegar. Es una forma alternativa de difundir información que de otra forma no tendrías posibilidad de difundir. No tiene costo, [bueno] tiene otros tipo de costo, como los de la privacidad y que esos ya van

un poquito más a otro tipo de debate, de la empresa de Facebook, de que Google...ya son otros debates de también quién controla toda la información al final.

Pero en el tema de cuál es el beneficio, pues el beneficio es que nunca habíamos tenido la posibilidad...cada quien se puede convertir, que eso también habría que ver, cómo finalmente sí ha hecho que vivamos en un mundo que tienes que distinguir la información, porque ahorita todo mundo puede ser un medio de información. Todo mundo puede crear un Realidad Expuesta. Realmente no necesitas mucho.

La mayoría de los vídeos con los que se ha hecho, con los que se ha grabado los reportajes de Realidad Expuesta es con una flip cam HD 720 pixeles y eso pues no es nada así súper pro, ¿no? Este, todos los vídeos, la mayoría de esos vídeos se editaron con el Windows Movie Maker, con cosas súper sencillas. Entonces, todo mundo lo puede hacer. Pero no todo el mundo tiene el tiempo y gusto para dedicarse a eso.

Yo estudié Ciencia Política pero mi interés principal, bueno es este los medios de información. De hecho yo me metí a la carrera de licenciado de Medios de Información primero; no me gustó el programa y me cambié a Ciencia Política, pero mi interés siempre estuvo en medios alternativos y como mi primera experiencia fue empezar a publicar en unos blogs que tenía Yahoo!, que era como 360.yahoo.com, publicaba notas de mi interés y las publicaba en ese blog.

Pero era como un hobby, hasta que luego caí en cuenta que “oye, ¿pues por qué no saco un medio y le voy metiendo y yo mismo preparo cosas”, ¿no? Y ya estaba en ese tiempo, en el 2008 pues ya Facebook ya tenía, ya estaba presente y era, se veía como obvio que tenías que

tener una cuenta para añadir gente y para que leyera tu información. Entonces, ahorita ya hay toda una generación que nació con el Internet y que no entiende la cuestión sin redes sociales y sin la multimedia, sin lo multimedia sin lo gráfico. Y este, por eso es relevante tenerlo, porque además son diferentes audiencias. Twitter es una audiencia distinta y tiene un uso distinto.

Realidad Expuesta también puede hacer *bullying* a las autoridades, porque Realidad Expuesta también asume un rol de activismo, no es nada más un... Aquí no hay eso de que es un medio objetivo, no existe la objetividad en los medios de información ni en los independientes, ni en los libres (sic), ni nada de eso. Están las posturas, la gente que participa [ininteligible] tiene posturas y Realidad Expuesta tiene posturas muy claras de apoyo a los movimientos sociales y organizaciones [ininteligible] y entonces este, en Twitter, por ejemplo si se utiliza adecuadamente, pues ahí tienes una ventaja enorme porque puedes preguntar directamente a autoridades.

Contrario a Facebook, en Facebook es pues a ver quién te pela (sic) básicamente, porque en Facebook no hay esa posibilidades de interacción con las autoridades como existe en Twitter. Pero en Facebook le llegas a muchas otras personas que de ninguna otra forma podrías conocer, ¿no?

4. ¿Considera que las redes sociales funcionan como vehículos de cohesión social?

Cuando me dijiste eso de la cohesión social me salta un poco porque...O sea, pueden ser facilitadores de la comunicación pero por sí mismos no generan cohesión social, ni de chiste, ni de chiste (sic). Ni de chiste porque eso es, este, eso no depende de...La cohesión

depende de la identidad y las acciones que se generan en un grupo. Si tú no tienes identidad colectiva no tienes acciones colectivas.

Y para tener identidad colectiva, eso se genera teniendo interacción directa. Yo he visto armarse grupos virtuales con la intención de hacer mil cosas, los ves discutir, “sí hay que hacer no sé qué”, y ya cuando se quieren juntar, cuando ya realmente hay que trabajar, ahí es donde se acaba la intención. Todo muy padre porque en Internet es muy fácil ponerte veinte mil cachuchas y decir que tú haces mil maravillas pero pues no es cierto.

El trabajo finalmente se tiene que hacer en una junta real o puede llegar a ser que, este, como te digo, son facilitadores de la comunicación para que se logre, pero lo que genera la cohesión no va (sic) ser las redes, eso genera la posibilidad de que haya personas que realmente decidan dar tiempo para generar un método de trabajo, un conjunto que vayan diciendo “va, coincidimos en esto”. Entonces, me identifico contigo por esto y por esto.

“Oye, nos reunimos a trabajar. Va, nos reunimos a trabajar. ¿Por Internet? Va, por Internet”, pero estamos trabajando. Cuando ya empieza haber eso, que realmente hay un poco más el compromiso no nada más de hablar, entonces ahí sí puedes empezar a decir que se está generando cohesión grupal, social es como muy grande el término. Cohesión social es como societal (sic), estás hablando de un término como de sociedad.

No siento que eso lo dé el Internet. Más bien eso genera...puede generar cohesión entre grupos. Te pongo el ejemplo, yo participo como integrante a través de Pueblo Bicicletero de la red nacional de ciclismo urbano, y [en] la red nacional de ciclismo urbano trabajamos

exclusivamente por Internet y hemos logrado generar cohesión, hemos logrado generar identidad gracias al Internet, gracias a las redes sociales, gracias a Google Groups.

Es la forma en la que nos comunicamos treinta y cinco/cuarenta grupos o por Skype, que es otra red. Pero no fue nada más porque lo exigiera el grupo. Fue porque decides tener comisiones de trabajo que sí se juntan a trabajar y luego tienes eventos donde ahora sí juntas a la gente físicamente, como un Congreso Nacional de Ciclismo Urbano, que ya vamos por el sexto, o este campamentos de planeación...Ya finalmente, ahí es donde sí logras cohesión entre los grupos, pues estás generando ya una identidad directa, y ya estás este trabajando y estás haciéndole ver a los demás los resultados de la colaboración, del trabajo colectivo.

Pero si fuera nada más el grupo por Facebook no hubiera generado eso. Porque los ves, osea hay muchos grupos [que] pues ahí están, pululando en Facebook y se llaman de mil formas y dicen que van a resolver no sé qué cosas. Todo mundo inventa un grupo..."Este grupo lo inventé para que podamos resolver el problema del transporte público en el área [metropolitana]". ¿De qué forma? Y luego ya esa persona ya no responde como dos semanas después y ahí queda. Realmente se trata de la voluntad de las personas para trabajar más allá de nada más cotorrear (sic).

5. ¿Qué oportunidad les ha representado el uso de las redes sociales respecto a los medios de comunicación tradicionales?

Casi es lo principal, la forma de difundir información. En el caso de Realidad Expuesta, es la única. Realidad Expuesta no tiene posibilidades de ser difundido a través de otros medios formales porque no les interesa. A Realidad Expuesta sí le han replicado vídeos otros

medios alternativos, y hemos tenido con otros medios o radios alternativas, radios comunitarias.

De hecho tenemos las posibilidades, en su momento, de poder hacer colaboraciones con radios comunitarias, que eso depende del tiempo. Pero ya están esas posibilidades de colaboración. Para difundir el material, realmente las únicas posibilidades son por Facebooky Twitter, por eso la relevancia de...Bueno, Facebook Twitter y Youtube; por eso la relevancia de tener esas redes, porque en el caso de los medios alternativos, ésta es una garantía de difusión. Y depende del trabajo del administrador de esas redes, pues tratar de hacer lo más posible que cada vez más gente te agregue, te busque y replique tu información.

También eres responsable de la forma en la que lo compartes. Si lo compartes de una forma tan aburrida, pues no te van a dar 'likes'. Hay cosas que comparte Realidad Expuesta que no generan ni un solo 'like'. Hay cosas que a veces dices "bueno...uno no se imagina que van a compartir esa cosa como veinte mil veces porque pensabas que era un poco más simple o...y resulta lo contrario".

Entonces, en el caso de un medio alternativo como Realidad Expuesta es fundamental que tenga estos medios para difundir su propia información. Y en el caso de organizaciones como Pueblo Bicicletero o el Colectivo Ciudadano en Defensa de la Pastora o el Movimiento Ambientalista Ciudadano, ahí este, pues los medios alternativos son una forma de convocatoria, pero para que sus declaraciones tengan más eco sí requieren de los medios formales.

Los movimientos sociales no pueden ser movimientos sociales si no llegan a los medios formales de alguna forma y eso tú lo vas a encontrar estudiando movimientos sociales (sic), siempre tiene que

haber una vinculación de algún medio que está cubriendo, está haciendo un registro de lo que está haciendo ese movimiento.

En el caso del túnel hay periodistas que siempre estuvieron haciendo notas del tema, y si no hubiera sido por eso, no hubiera sido tan público el caso. Igual del estadio, bueno el estadio por el tema de FEMSA y que es un estadio de fútbol fue mucho más visible el tema pero no hubiera sido lo mismo que el Colectivo Ciudadano en Defensa de la Pastora dependiera exclusivamente de Facebook, de Twitter, de Youtube, para informar de sus argumentos.

Por eso ruedas de prensa, por eso actos públicos convocando a los medios formales. Pero siempre generando uno mismo su contenido y registro, porque los medios formales nunca van a publicar la información completa que uno quiera transmitir o, peor aún, la van a transmitir mal, desinformando o tratando, de alguna forma, de desprestigiar al movimiento.

Si quieres generar opinión pública en estos movimientos, también requieres de una estrategia mediática, no sólo para generar tu propia información, porque en el caso del movimiento del Colectivo Ciudadano en Defensa de la Pastora puedes revisar su producción de material en vídeo y a través de Facebook y el blog, pues generó muchísima información propia. Pero eso no hizo que olvidara que tenía que tener una estrategia de siempre estar contando con los medios formales como alguien clave, independientemente de que algunos de ellos tuvieran su propia agenda. Pero siempre se trató de...se trató porque es estratégico...llegas simplemente a audiencias, de miles y miles de personas [a las] que no puedes llegar por las redes.

6. ¿La organización civil hace uso de las redes sociales con el propósito de generar cohesión social?

Realidad Expuesta, no. Realidad Expuesta es un medio de información y el objetivo principal es ser conciencia de que existen muchos temas que tal vez no estás enterado, que están violando gente en no sé dónde, que están matando gente en no sé dónde, que están destruyendo un bosque en no sé dónde. O sea, hay información que no te la pasan todos los días, pero que te la podemos dar nosotros, para que por lo menos sepas hay algunas cosas más.

No quiere decir que seamos los únicos que estamos publicando esa información pero sí a que por lo menos Realidad Expuesta dices “bueno, oye, este, haber pues te público un artículo sobre el poder de la industria militar de Estados Unidos y sus efectos en tal y tal tema (sic)”. “Los efectos del uso excesivo de químicos en los ríos de México”, “Los transgénicos...etc.”.

Realidad Expuesta su fin es dar alternativas a información de temáticas y movimientos sociales. En otros movimientos, supongo que el objetivo...yo creo que no se plantea como generar cohesión social. Es que yo entiendo generar cohesión social para mí es este...es como si me dices que si en un pueblo hay cohesión social, sí, ¿allí hay cohesión social? Sí. Porque, bueno, porque es una comunidad unida, con una identidad fuerte entre ellos arraigada. Entonces tienen cohesión social porque comparte valores, pero es una comunidad grande. Cohesión social de una comunidad.

Yo lo entendería más como identidad porque generas identidad sobre tu tema. El interés del Movimiento Ambientalista Ciudadano no creo que fuera generar cohesión social sino generar cohesión sobre el tema del túnel. Es decir, identidad más bien. ¿Quién se identifica con el tema del

túnel y de qué forma te identificas? Porque hay un chorro (sic) de niveles.

En el tema ambientalista tienes a una persona de extrema derecha en la misma marcha que un, este, anarquista o que un socialista. ¿Cómo es lleguen a coincidir estas personas de tan diversa ideología? ¡Ah! Porque el tema ambiental es fácil de generar identidad; cohesión no tanto, porque la cohesión es el tema de si lograr unir como grupos y eso no es tan fácil, menos en los movimientos sociales.

El movimiento ambiental es, tú tienes un grupo que sí está cohesionado y que está seguro; siempre habrá hay grupo núcleo, y ese grupo núcleo es el que dice [que] el problema es el túnel, estos son los argumentos, estamos haciendo esto legalmente. Luego hay un grupo más amplio que es gente que apoya pero no se involucra en ese tipo de rollos (sic), pero que va a las marchas, participa, “oye, ¿qué puedo hacer? ¿les ayudo? ¿Genero materiales?”. Luego hay otro grupo que es el que da “likes” y que te dice, “buena onda, qué buena onda que están haciendo esto en Facebook”, pero eso no es cohesión.

Son tres niveles de identidad, “bien me identifico con lo del túnel pero nada más te voy a dar un ‘like’. No voy a ir a tu marcha. Es más ni siquiera le doy ‘share’ [compartir]. Solamente comento qué bueno que están haciendo esto”. Entonces...bueno para mí, no asocio mucho que el movimiento ambientalista busque generar cohesión social, sino más bien busca que la gente se identifique con la problemática ambiental y que trate de apoyar. Y puedes decir que cohesión. Es que estoy pensando que en términos sociológicos no me suena a utilizar el término para identificarlo de esa forma.

7. ¿Las redes sociales permiten un mayor involucramiento por parte de la sociedad civil respecto a problemáticas sociales?

En el caso de Realidad Expuesta, sí porque todo lo que compartes son problemáticas sociales y pues sí hay un sentido de que la gente está alerta de esas temáticas. En el caso de las otras organizaciones, como el MAC o el Colectivo Ciudadano en Defensa de la Pastora no...sí sirven justo para, sí servían para lanzar convocatorias de...para eventos masivos sobre todo.

Es decir, tienes en un primer término el grupo como núcleo del movimiento que define a hacer una acción colectiva y su paso de difusión es bueno, “ahora lancemos la convocatoria a redes sociales”, como es el paso lógico para un evento de acción colectiva de un movimiento social.

La Marcha de las Preguntas es uno de los mejores ejemplos de convocatoria para un...de cómo se hizo la convocatoria y cómo fue una de las marchas más famosillas (sic) contra el estadio, porque además terminó en FEMSA. Pero se hizo un vídeo de invitación como de doce minutos, explicaba y te invitaba a la Marcha de las Preguntas y ese vídeo se difundió un chorro (sic). Se hizo una campaña como de tres semanas previas para el evento. Fue una de las marchas más grandes que tuvo el colectivo y ahí sí era, justamente, utilizar como la plataforma de Facebook totalmente para convocar más gente que no estaba necesariamente enterada de la temática.

8. ¿Consideran que las redes sociales tienen poder de convocatoria?

Sí, de hecho también es un error de los grupos. Creo que en el fondo, a muchos grupos se les olvida encontrar otras formas de difusión. No todo el mundo tiene Internet, entonces por eso también hay grupos

que...incluso el Colectivo Ciudadano en Defensa de la Pastora o el MAC, llegaron a anunciar marchas en prensa o enviar boletines de prensa diciendo que va haber la marcha para que saliera en prensa antes o que la gente se enterara.

Pero sí, por supuesto, ahorita todos los grupos basan su difusión, sus convocatorias en las redes sociales. Lo cual es un error para mí.

9. ¿El uso de las redes sociales logra una mayor conciencia política y/o social entre los usuarios?

Pues depende del individuo, porque no es una garantía que porque estés en las redes...De hecho está, hay varios estudios que claramente indican por ejemplo en Twitter, [que] las personas que son activas en temas de cuestiones sociales o políticas es como un dos por ciento de los usuarios de Twitter. Los que generan contenido político o social en esa red es una mini (sic) minoría. Y lo puedes ver con los hashtags de todos los días.

Es lo mismo en Facebook, ¿cuál es el contenido que prolifera más? Pues es pura cochinada (sic), puras tonterías, ¿no? Y también, por ejemplo, con el caso con Realidad Expuesta pues te das cuenta que nuestra difusión no es masiva porque hay temas que no...simplemente ni a los mismos activistas les interesa. Mi rango de información que se comparte es muy amplio, puedo publicar temas desde geopolítica, temas del sistema penitenciario, paramilitarismo, o sea hay de todo. Y hay temas que ni a los activistas les interesa compartir.

Entonces no es garantía realmente la red, es más bien el interés del individuo. Y también habría que mencionar que, para formar un criterio político pues necesitas leer y las redes sociales están invitando a que no leamos. Las redes sociales están generando una dinámica en la que

la gente prefiere nada más ver cuestiones gráficas. Entonces, si es una foto y una línea, o séase un meme básicamente, te entiendo. Si me dices una cosa que no sea con un meme ya no te entendí porque tengo que leer más de un párrafo y se me dificulta leer más de un párrafo.

Para mí es así como están las cosas con la mayoría de la gente. Entonces por eso la forma de compartir es que, dales una foto pero dales un resumen y un link. “¿Te interesa? ¿Tienes ganas realmente de leer del tema?” Vas a leer el link. “¿No te interesa?” No lo lees, nada más a ver la foto y te ríes o lo que sea. Entonces realmente depende mucho de la persona.

10. ¿Los medios sociales han permitido una mayor y mejor coordinación respecto a sus objetivos?

Con Realidad Expuesta sí; este proyecto no ha tenido un equipo colaborativo grande, hemos llegado a ser en algún momento tres personas pero por un poco tiempo, entonces no ha habido problemas de eso. Realmente, Realidad Expuesta ahorita está en un modo “sleep” [dormido], tranquilo, no está tan dinámico.

En el caso de los otros movimientos, pues no tanto como organización, porque la verdad, la organización se hace en los mails, en las juntas de trabajo físicas o virtuales, pero juntas de trabajo real. Te estás viendo, se está escribiendo una minuta, no nada más de cotorrear (sic). El Facebook y el Twitter no sirven para coordinarte, sirven para difundir tus actividades, convocar a tus actividades. Para acciones urgentes es muy importante, eso también cuestión clave. Las acciones urgentes son fundamentales y sin las redes sociales no tendrían las posibilidades, no serían tan visibles esas acciones urgentes como lo son ahora.

Antes se escribían cartas a las autoridades y a mano. Ahora tú le puedes pedir a alguien que le tuiteé algo al gobernador que sí recibe los tuits, que sí los está leyendo. No todos los políticos checan su twitter, pero muchos sí. Entonces tienes la garantía de que esa acción está ayudando a que más gente diga “oye Ebrard, ¿por qué estás construyendo un segundo piso en el Periférico? ¿Qué te pasa?” o a la cuenta de FEMSA, “FEMSA compren su propio terreno y construyan su estadio”.

Pero para organización no, hay algunas personas que sí las utilizan para organización pero para mí se me hace un muy mal ejercicio de organización. Por ejemplo, los grupos cerrados, los veo cómo los utilizan algunos compañeros que generan grupos porque tienen iniciativa, quieren hacer algo pero no funciona; como que es diferente la interacción en Facebook como para estar discutiendo con comentarios; alguien dice algo y lo comentas. Se me hace una forma no práctica para mí de discutir temas.

No puedes estar construyendo una minuta, no todo el mundo está leyendo el muro en ese momento. Entonces, realmente para organización apenas con redes sociales como Youtube, si utilizas el Hangout, que son conferencias en vídeo o el Skype. Y realmente la comunicación sigue siendo por correo electrónico, la conexión de trabajo real. Porque además, si estás trabajando realmente, puedes compartir documentos en línea, etc. Entonces como redes sociales para coordinar, no. No tiene ningún sentido coordinar cosas de trabajo interno.

11. ¿Cuáles son las consecuencias del uso de las redes sociales por parte de las organizaciones civiles de la ciudad de Monterrey?

En Pueblo Bicicletero hicimos una campaña de juntar firmas para pedir al municipio que negara los permisos para la estación de metro en Parque Fundidora y se juntaron muchas firmas; era una petición en línea y el correo iba directo a la Secretaría de Desarrollo Urbano, a la Alcaldesa y generó mucha presión. Y esa presión ayudó, junto con otras cuestiones, a detener esos proyectos. Entonces, de que tienen un efecto el uso de las redes sociales, tienen un efecto. Eso es innegable.

Otro caso es el tragicómico del movimiento animalista que hace como un año o dos, había logrado crear un dictamen de ley para protección animal, que estaba muy bien elaborado y al final en el congreso local todo se detiene, son unos lentos, etc. Y en un momento dado se terminó el período. Se les empezó a criticar a los diputados que no tomaban en consideración nada de los ciudadanos porque había varias propuestas ciudadanas que ahí tenían pendientes.

Entonces, lo que se le ocurrió al simpático de Héctor Gutiérrez de la Garza, que ahora es Diputado Federal del PRI, fue hacer una encuesta en línea en la página del Congreso para que la gente votara cuál era la ley que deberían de votar primero. “Ustedes díganos cuál es la buena”. Entonces, en lugar de decir “vamos a revisar todas las leyes, las vamos aprobar”, decidieron hacer esta encuesta, entonces el movimiento animalista se movió bien cañón (sic) en la redes sociales y lograron empujar que la gente votara por su ley de

protección ambiental y ganaron. Lo tragicómico es que al final la ley tampoco pasó, aun y cuando ganaron. El caso es que fue un éxito que la gente votara por esa ley, cuando la verdad es que había otras que eran bastante relevantes, pero con los diputados nunca se sabe, no la aprobaron porque creo que venía una cuestión ahí que...la cuestión de los toros; una cosa que ellos no querían aprobar. Pero ese fue otro caso de éxito.

Y ha habido usos que te dan cuenta de que sí puedes llegar a tener un efecto con las peticiones que pides (sic) a la gente por Internet, y que tal vez es gente que nunca te va a apoyar en nada más, pero si te regala esa firma electrónica pues ya se sentirá muy bien de estar apoyando algo y a ti ya te ayudó para hacer la petición de consulta pública para el estadio, que no la hicieron, cuando legalmente la tenían que hacer. Pero tenemos el registro de cientos de personas que las pidieron por Internet, y no las conocemos. Son personas que respondieron, se identificaron con el problema, y respondieron “está bien, yo te apoyo con esto”.

Y tal vez nunca fueron a ningún otro acto del movimiento ni nunca se pararon por la Pastora ni nada. Pero respondieron en un momento dado y lograron en un momento dado, ayudaron al movimiento a tener presión sobre las autoridades sobre el tema que estaban trabajando.

Y ha habido muchos casos. O sea, está el caso del Internet para Todos, el cual generó una dinámica muy interesante, juntó como quinientas mil firmas para ser la primera iniciativa ciudadana...Después de la reforma, fue la primera iniciativa

ciudadana ingresada al Congreso Federal gracias a una campaña en Internet. Y eso a nivel nacional, quinientas mil firmas reales. Eso sí fue una coordinación a través de Internet, pero no por redes sociales, porque ellos tenían un canal por mail por el que se comunicaban. Pero su convocatoria nacional era a través de Facebook y de Twitter y una página en Internet.

Claro y el otro ejemplo de #YoSoy132, bueno, pues ese también... Hay un punto que es la elaboración, del nacimiento del movimiento, pero otro ya es la convocatoria a la manifestación afuera de Televisa; utilizaron de manera excepcional las redes sociales durante casi todo lo que duró el movimiento. Entonces, definitivamente puedes mover a mucha gente si haces la convocatoria adecuada.

No es tan fácil como parece, tú movimiento tiene que tener elementos que permitan a la gente identificarse. No porque tengas un evento la gente va a ir, no porque sean indígenas a la gente le va llamar la atención. Tienes que entender el contexto.

Aquí en Monterrey es distinto a la participación en el Distrito Federal. También en el Distrito Federal ni siquiera es tanta. Parece que es mucha pero no comparada con la población que hay. Porque si realmente comparas cuántas personas viven ahí y cuánta gente sale a marchar a temas como contra la Supervía, contra el segundo piso en el Periférico, pues dices “no pues está cabrón” (sic), se nota que les vale a la ciudadanía esos tipos de temas.

Igual acá [en la ciudad de Monterrey], las marchas ambientalistas han sido de las más grandes que han tenido este tipo de movimientos y estamos hablando de no más de quinientas personas; desde el movimiento Valle de Reyes, túnel y el estadio...no pasa de eso. Pero para los niveles de la ciudad son unas megas concentraciones, la verdad. Y ha habido una evolución de cómo los movimientos cada vez entienden que tienen que estar comunicándose y enviando información por Internet. ¿Por qué? Porque sí los ves, cada vez ves que generan sus Fan Pages, que ya entienden que no tienes que tener el usuario sino el Fan Page porque el usuario tiene límites. El Fan Page (sic) además te permite entender las estadísticas de quién te lee, de dónde te leen, qué compartes, qué es lo que vale la pena compartir, qué es lo que no leen.

Si te fijas en ese tipo de detalles puedes mejorar muchísimo más la comunicación estratégica de tu movimiento. Y los grupos apenas están entendiendo eso. Realidad Expuesta tiene como uno de sus objetivos a mediano y largo plazo capacitar a grupos también el uso de las redes sociales, en el uso del vídeo, en el uso de la fotografía, cosas de ese tipo. En cuestiones de periodismo ciudadano, digamos. En documentación.

Porque otra cuestión es que, otra vez, no se trata de volver viral la cuestión, sino por lo menos dejar un registro de la actividad. Si tú haces una marcha o una protesta y no tomaste ni una pinche (sic) foto o no tomaste nada, entonces no existió más que en tu mente y se acabó. Y eso no le beneficia a nadie porque históricamente no pasó. Y lo que queremos es

que exista un registro de que hay participación, de que si hubo gente a la que sí le interesó en algún momento dado.

Que de repente te llegue un chavo de catorce años y te diga “¿Qué? ¿Nunca se quejaron porque tumbaron ahí la parte de la Pastora?”. “No, sí hubo muchas marchas”. “¿Y dónde puedo ver?”. “Ah, pues no, quién sabe porque nunca nadie grabó”. Entonces, históricamente no existe tu acción, la acción colectiva nunca se llevó a cabo.

Para mí es una insistencia permanente a los grupos decir que documenten lo que hacen porque si no, no existió la actividad. Y además es importantísimo para un registro histórico, social, que sepamos que ha habido movimientos y participación ciudadana en esta ciudad.

Las redes sociales son una parte fundamental. De hecho también está, pues ya en Sociología tienes toda esta vertiente de etnografías virtuales; hacer entrevistas a través del Internet, hay todo un protocolo, de si tienes entrevistadores a través de Internet o del Facebook; llevar un registro, por ejemplo, de los movimientos de los grupos.

Los grupos deben de tener en consideración lo valioso de las redes pero tampoco el abuso de que creer que todo lo van a solucionar a través de eso, porque hay unos grupos que sí creen que todo es a través del Facebook, se clavan en tener puros ‘likes’. ¿De qué te sirve tener ocho mil ‘likes’, como Pueblo Bicicletero si de esos ocho mil, unos dos mil leen lo que publicas y de esos dos mil, no sé, un...? Bueno, es que Pueblo Bicicletero sí es distinto porque tenemos mucha

participación en nuestras actividades, pero de todos modos no son las ocho mil.

El otro día [sin especificar] envían a la bici red una petición de ingreso un grupo y una de las cosas que el chavo dice es: “oye yo soy de este grupo, somos una A.C. y en nuestra asociación tenemos mil quinientos seguidores en Facebook”. Como si eso representara realmente seguidores de *su* organización, los asumían como seguidores, o sea, como participantes.

Eso no es...nosotros nunca vamos a decir, “¡Eh!, ya somos ocho mil ciclistas en Pueblo Bici”, pues claro que no. Son ocho mil personas a las que les interesó por alguna razón darle like a la página; muchos tal vez porque su amigo le dio like, entonces yo también le doy like, porque alguna vez fui a la pedaleada, entonces le di like, pero ni voy a compartir temas del reglamento de tránsito ni de la muerte del ciclista ni de nada. Solamente voy a compartir la fotito (sic) bonita de la bici.

Pero a la organización no le interesa que nada más compartas la foto de la bici bonita. Le interesa que entiendas la problemática de la cultura vial que tenemos, la deficiencia del transporte público, la importancia de que seas un ciudadano consciente de tu presupuesto.

12. ¿El uso de las redes sociales han permitido que se generen políticas públicas en beneficio de la sociedad?

El del Internet es el más clave, el que inmediatamente recuerdo que es un éxito. Fue una iniciativa ciudadana, o sea no existía antes, a nivel federal la posibilidad de que los ciudadanos metieran su iniciativa al congreso; antes tenía que meterla un diputado; tenías que ir con un diputado, convencerlo, que el presentara la iniciativa como propia para que progresara ahí en el congreso.

Hubo una reforma política a medias y una de las primeras cosas que se logró es la iniciativa ciudadana que ahora ya no ibas a necesitar del diputado sino del juntar quinientas mil firmas.

El movimiento Internet para Todos lo logró, juntaron las quinientas mil firmas por una campaña en redes sociales y donde convencieron a gente en varios estados que no conocían, les daban la oportunidad de poner un stand y juntar firmas. “Dinos en que ciudad estás y aquí está todo el kit. Imprímelo”. Y gente se sumó.

Yo conozco el caso de Monterrey, yo sabía que los que se apuntaron no conocían a los chavos que estaban organizando en el D.F. Estaban totalmente desconectados, pero había un interés genuino de los chavos de Monterrey de hacer eso. La iniciativa se metió al congreso y fue aceptada en el sentido de que fue recibida, todavía ahí está, todavía no aprueban el Internet para Todos, pero es un éxito porque ha sido la primera iniciativa ciudadana ingresada al congreso.

Otro caso, están todos los casos clásicos de las acciones urgentes de derechos humanos. Las acciones urgentes de derechos humanos son todas las que piden, por ejemplo, la liberación de personas que están en la cárcel injustamente, por procesos viciados, por corrupción de las autoridades. Todo eso, está comprobado que las acciones urgentes son una necesidad, una herramienta muy exitosa de apoyo a la defensa de los derechos humanos. Si no fuera por éstas, mucha gente todavía estaría en la cárcel.

Entonces, puedes ver, por ejemplo, las acciones urgentes que genera la red de Todos los Derechos para Todos y Todas, las acciones urgentes que genera Amnistía Internacional. Todas éstas, aunque muchas son cantidades inmensas de peticiones, muchas de ellas tienen un efecto real y logran el objetivo.

13. ¿Consideran que las redes sociales permiten generar mejores condiciones de democracia e igualdad?

Pues sí, para la cuestión de igualdad creo que sí hay elementos. Primero hay que entender como igualdad entre las personas que tienen el acceso a Internet, porque ¿qué porcentaje de las personas en México tienen acceso al Internet? Entonces, aquí todavía no hay una cuestión de igualdad, porque no es un uso generalizado de la población.

En cuanto al acceso informativo pues sí es mucho más igualitario estar en Internet y en las redes sociales, porque ahora tienes la posibilidad de poder construir tu propia gama informativa. La cuestión es qué tan acostumbrada está la

persona a buscar información de calidad, porque puedes tener acceso a mucha información pero de qué calidad.

Pero sí genera igualdad porque una persona de sesenta años, de cuarenta, de quince, pueden generar su propio medio de información, pueden compartir la nota que se les dé la gana (sic), la información que quieran, pueden compartir con toda su red de amistades, de trabajo, la familia. Por lo menos así inmediato. Quieren llegar a más gente, entonces ellos mismos pueden convertirse en un medio de información. Todas las radios comunitarias que trabajan a través de Internet también es clave. Entonces sí es igualitario, y ayuda en ese sentido a que tengamos una sociedad más democrática. Porque la gente entonces sabe que tiene el derecho a tener acceso a diferentes medios de información, diferentes fuentes, diferentes argumentos y que nadie tiene el derecho de decirle qué leer, qué escribir o qué ver. Como sí lo hace la televisión pública, como lo hace la prensa formal. Ellos te obligan a informarte de las fuentes que ellos consideran que son las formales.

Y la mayoría de los medios formales son oficialistas, es decir, todas sus fuentes dependen de fuentes del gobierno. Entonces eso no es información, es como una agenda ya establecida. El Internet y las redes sociales permiten a la gente que tenga esa opción para decir “no, yo quiero comprobar en otros medios qué dicen”.

Pero a la pregunta básica de si generan igualdad, pues sí, generan términos más iguales como sociedad, por lo menos para las personas que ahorita se conecten. Pero también

depende mucho de la enseñanza o preparación que ha tenido esa persona para estar en las redes sociales y en el uso de la información, porque puede ser que estés en Internet y sigas leyendo Noticieros Televisa.

Hay gente que lee ESMAS.com, hay gente que lee Yahoo.com. Hay gente que lee todas las noticias de AFP o AP. Es lo mismo, si tú lees AP y AFP que son las agencias más utilizadas en el mundo junto con Reuters, pues estás leyendo la misma información, además toda occidentalizada. No tiene sentido. Te quedaste en el mundo sesgado de la información.

Mientras la gente tenga más acceso a Internet, y eso a su vez les permita entender el uso de las redes sociales y utilizarlas, pues más posibilidades de que participen en procesos democráticos porque pueden estar mejor informados, pueden sentirse parte de grupos. También lo que les permite las redes es encontrar grupos con los que se identifiquen y que no habían podido identificarse en su pueblo o en su ciudad. Eso es algo muy bueno que tienen las redes sociales.

Eso genera cohesión, genera identidad y si ya formas parte de un grupo, entonces empiezas a participar en la vida de una organización. Empiezas a participar de alguna forma, a opinar, a proponer, y tal vez en un momento dado a hacer algo más allá de la red social. El [Pueblo] Biciletero es muy bueno, la cuestión ambientalista también.

Por ejemplo, el Movimiento Ambientalista Ciudadano tiene como cuatro mil y tantos seguidores; si tú te fijas hay

seguidores que publican cosas desde Argentina. La gente ahí lo utiliza como un foro y comparte un chorro (sic) de cosas y de repente de ahí sale una que otra cosita (sic) que se va a otro lado, y se generan dinámicas de colaboración. Eso ayuda a la democracia, ayuda a tener una sociedad democrática que dialoga, que participa, que se preocupa por lo que sucede en su ciudad o en su comunidad.

4.1.2 Enlazando Esfuerzos Conjuntos, A.C.

Fecha: Jueves 12 de septiembre de 2013

Lugar: Oficinas de Enlazando Esfuerzos Conjuntos, A.C., Monterrey, Nuevo León.

Entrevistador: Jesús Alejandro Garza Pérez

Entrevistada: Hannia Quijano, Co-Fundadora y representante legal de Enlazando Esfuerzos Conjuntos, A.C.

Introducción:

Enlazando Esfuerzos Conjuntos A.C. es una organización de segundo piso, esto significa que sus principales 'clientes' son las asociaciones, no las personas, y busca otorgar recursos financieros. El objetivo de la organización es despertar una conciencia social convocando a cada individuo a enlazar esfuerzos para lograr un mundo sustentable. Lo anterior lo hacen a través de talleres que buscan promover un cambio social, buscando incidir en el individuo y demostrando que depende de cada uno lograr un cambio de mentalidad creyendo firmemente que un cambio es posible si realmente lo creemos.

Entrevista: Hannia Quijano

1. ¿Cuál es la red social que más utiliza la organización civil?

Facebook en primer lugar, YouTube en segundo.

2. ¿Cuánto tiempo le dedica la organización al uso de las redes sociales?

Todos los días publicamos información en Facebook. Todos los días, a veces tres veces al día estamos publicando información en Facebook, subiendo vídeos a Youtube posiblemente una vez al mes, que sea de nosotros. También hacemos ligas con referencias a vídeos de Youtube. Diariamente sugerimos ligas a vídeos de Youtube. Y correos a nuestra base de datos se mandan, pues diario.

3. ¿Cuáles son las razones por las cuales la organización hace uso de las redes sociales?

Para estar en contacto con todas las personas con las que están en nuestra red de Sanki, en primer lugar. Y para estar en contacto con todas las personas con las que tenemos relación y que incluso están en nuestra misma ciudad. Hoy por hoy tenemos contacto con personas que se encuentran en toda la república mexicana, en Estados Unidos, en España, en Europa. Hay muchas personas que no están localmente en Monterrey y las redes sociales no permiten estar en contacto.

Por Skype hacemos conferencias con Canadá, con Estados Unidos, en México. O sea tenemos contactos en Canadá con los que nos enlazamos por Skype, en Estados Unidos, en México para hacer capacitaciones o entrenamientos.

Hacemos uso de salas virtuales de conferencias, también para dar información. Entonces, la única manera de poder estar al mismo tiempo personas de tan diversos lugares, y que, incluso en algunos casos, con diferente horario, es a través de enlazarnos con alguna de las redes.

Tal día, tal hora, cada quien en su casa, en la oficina, en un restaurante, en un café podemos estar reunidos. Entonces, por eso es importantísimo.

4. ¿Consideran que las redes sociales funcionan como vehículos para generar cohesión social?

Sí, porque permite que personas con intereses en común se encuentren. Y en el momento en que encuentres a una persona con intereses en común empiezas a tener acceso con las personas que esa persona tiene contacto y generalmente tenemos contacto con las personas que tienen intereses en común.

Entonces sí, yo tengo un grupo, por decir un ejemplo; si yo solo tengo a una persona con la que tengo algo en común, pues bueno, es una persona. Pero en el momento en el que encuentro a esa persona tengo acceso a las cuatro personas que ella ya tenga relación con el mismo interés en común. Al encontrar a una, ya no fue una, fueron cinco en realidad. Y cada una de ellas tiene más personas en común, entonces la riqueza de nuevas experiencias, de nuevas rutas, de nuevos enfoques, de incluso la posibilidad de convocar se multiplica.

Es asombrosa la capacidad de multiplicarse, la capacidad de acceder a información que yo no tenía y que estaba buscando

y que es a través de estos contactos que la puedo alcanzar y donde yo puedo también proveer información o experiencia que quizás los otros estaban buscando. A veces nos encontramos incluso con que ideas similares, o sea que la idea que yo tengo alguien más la tiene con un cierto matiz diferente, porque su entorno y experiencia ya lo llevaron a entender algo que yo todavía no alcanzo. Y en el momento en que lo platicamos nos sumamos. Y entonces el proyecto, en vez de estar haciéndolo solo, ya lo estoy haciendo con otra persona y los recursos se multiplican.

5. ¿Qué oportunidad les ha representado el uso de las redes sociales respecto a los medios de comunicación tradicionales?

Del cielo a la tierra. Para empezar cualquier medio publicitario, o sea radio, prensa, televisión y cine, todos esos te cobran, para empezar. Entonces, si yo quiero transmitir una idea a través de cualquier de esos medios tengo que pagar. A través de una red social no pago nada; lo puedo poner como yo lo estoy pensando, no hay censura. Entendiendo que estamos comunicando en un espacio de respeto. Lo que quiero decir es que, si yo tengo una posición al respecto de un tema, quizás ecológico, a veces en un medio masivo de comunicación no lo ponen de la manera en que yo lo quiero poner porque tienen otros intereses.

En cambio, si yo lo público, lo público nítidamente lo que yo pienso y las maneras en que lo puedo publicar puede ser desde mandar hacer un vídeo profesional o puedo simplemente grabarme yo en Youtube y subir mi vídeo expresando mis propias opiniones. Y si quienes coinciden con

lo que yo pienso lo pueden hacer viral inmediatamente. Y esta información, en la medida en la que empieza a encontrar eco de personas que piensan lo mismo que yo, esta viralidad hace que entonces, los políticos o las empresas a quienes yo me quería dirigir volteen a ver, porque ya somos...unidos de esta manera formamos un frente que, de otra forma...una sola persona no se ve, pero cuando ya es un grupo grande de personas opinando sobre lo mismo llama la atención si tiene que ver con el gobierno, si tuviera que ver con una empresa para que tomen una acción diferente.

6. ¿La organización civil hace uso de las redes sociales con el objetivo principal de generar cohesión social?

Sí, claro, porque nuestra misión es despertar una conciencia. Lo que queremos es generar esta misma masa crítica de personas despertando conciencia, empoderándose y dándonos cuenta de que podemos, precisamente, tomar el control cada quien de su propia vida, desde todos los ángulos; a través de los cursos que nosotros los podemos canalizar o no, o simplemente orientándonos [a la misma idea] de que es el mismo planeta, es la misma humanidad...todos es lo mismo, hay que trabajar.

7. ¿Las redes sociales permiten un mayor involucramiento por parte de la sociedad civil respecto a problemáticas sociales?

Claro, pues sí. Sigue siendo lo mismo, en la medida en que hay una problemática social, sobre todo cuando una asociación trae un tema, vamos a decir el tema de la ecología, o quizás el tema del respeto o el cuidado de los animales o el respeto y cuidado a las personas indígenas. O sea, no

importa cuál sea el tema, en el momento en el que la asociación pone en evidencia una situación, la hace pública a través de una red social, empieza a despertar conciencia.

Me gusta esta información o me llama la atención esta situación, coincido en que esta situación no debe de ser, coincido en que este maltrato a los animales no se debe de dar y entonces lo empiezo a comunicar a todos mis amigos o a todos mis contactos. Tú estás de acuerdo o no estás de acuerdo...no podemos permitir que esto se haga. Volteamos hacia el reflector del medio de comunicación, televisión o prensa para ver qué es lo que están diciendo allá afuera y entonces empezar a expresarte a través de Internet.

Le contestas a la asociación quien es esa voz, pero ya no nada más es la asociación de un grupo de diez personas, quince personas o veinte personas que estén dentro, sino que ya se puede parar ante una situación a nivel de gobierno o como una empresa y decirle que vea a todas las personas que mi red social me están escribiendo para decirme “no permitas que esto suceda”, para decirme, “interviene en esta situación”; se están sumando a mi propuesta.

Eso es lo que yo veo, [que] generan esa cohesión. Yo presento una situación y encuentro ahí con cuantas personas lo quieran hacer (sic). Quizá la persona como individuo no tiene tiempo o los recursos o la energía para involucrarse. Pero al entender o conocer que hay una asociación, es decir, un grupo organizado de personas que están dedicándose día y noche a ese tema, que quizá no lo conocía, pero cuando lo hace dice “sí, qué bueno que tú lo estás haciendo” y entonces

ahí va mi like, en algunos casos. O ahí va mi contestarte (sic) una encuesta que tú mandes o aquí lo público con todos mis contactos para que entonces la asociación diga, “mira, aquí están todo estos respaldando”.

Entonces, les das energía, les da fuerza, les das sustento. No somos los únicos nosotros diez, aquí está todo este grupo de personas de esta comunidad en donde se está dando esta situación y queremos hacer un cambio y te haces escuchar. Ahora si llegas ante el gobierno para hacer escuchar o ante una empresa, si así lo requiriera la situación.

8. ¿Consideran que las redes sociales tienen poder de convocatoria?

Claro, a través de eso hemos generado la convocatoria que tenemos, o sea las diez mil personas que de alguna manera ya están en nuestra red de negocios, de network marketing, muchas las hemos atraído a través de lo que hemos publicado en nuestras redes sociales. Muchas las hemos atraído a través de, “queremos convocar, tenemos un evento. Ayer tuvimos un evento”.

Hemos llenado el Auditorio Luis Elizondo, es un lugar de dos mil y pico (sic) de personas. No hicimos ninguna publicidad, [sólo] por Facebook y correo, nada más.

9. ¿El uso de las redes sociales logra una mayor conciencia política y/o social entre los usuarios?

Claro, te insisto, no todos leemos el periódico o no todos vemos el noticiero y hay ya una sensación de que estos medios simplemente están sirviendo a intereses creados

cuando a través de una red una persona genera o manifiesta un pensar...una situación, los haces voltear...O sea, si ya no están viendo el noticiero y tú haces un planteamiento, los haces voltear a ver el noticiero, los haces voltear a ver qué está pasando.

Entonces la persona alza la voz y dice “no los estaba escuchando, no los estaba viendo pero ya me enteré por aquí, por el Facebook, que quieres crear esta ley o ya me enteré por el Facebook que quieres hacer tal cosa”. Pues ya desde aquí te digo que no o que sí, que qué bueno, ¿sí? pero es a través de esta comunicación.

Por eso ahí se genera...o sea, tú me dices, generar mayor cohesión, si me repites la pregunta, generar mayor cohesión al respecto de algo que está sucediendo a nivel social, pues sí, porque encuentro ese interés.

Yo siento que ya no estamos viendo los periódicos. Es más, a mí, aquí entre nos, me da mucha pena, pero yo recibo un periódico que acaba de nacer que se llama [El] Horizonte, me parece, que de repente un día amaneció afuera de mi casa, y desde entonces todos los días me llega. Yo no lo solicité y pues muchas veces así como me llega nada más lo pongo en el montón del periódico y ahí voy juntando, y luego ya que junté un bonche (sic), voy y lo canjeo por puntos en Soriana, que a lo mejor me van a dar cincuenta centavos.

Si me quiero enterar de algo veo de que están hablando las personas, o sea las personas como yo, cuáles son los intereses que nos están aconteciendo, porque lo que a veces

viene en el periódico, a lo mejor ya no es igual. Yo, me ha tocado ver (sic) programas en televisión, o sea noticieros en televisión que ponen imágenes gráficas de eventos pasados. Entonces ya no sé, no me están comunicando lo que está pasando, realmente.

Para mí, es lo que me ha hecho cambiar, yo prefiero ver...las personas estamos comunicando lo que nos está pasando a nosotros. Es la persona la que lo comunica, no hay una entidad atrás, no hay una empresa ni un interés de alguien más, más que el interés de la persona.

10. **¿Los medios sociales han permitido una mejor y mayor coordinación respecto a sus objetivos?**

Sí, claro que nos permite una mayor coordinación porque los usuarios están conectados. Ya hoy por hoy y a parte no necesitas conectarte a una computadora, desde tu celular estás checando el Facebook y estás viendo las noticias de lo que pueda estar sucediendo.

Entonces, si hay un cambio de horario en algún evento, por correo, mandamos el correo y esto hace que...o del correo, o del Facebook, les llegue a las personas. Quizá sí todavía, con algunas personas clave, les hablamos por teléfono. Pero el primer paso es el correo y el Facebook. Si hay un cambio, de un horario por ejemplo, lo primero que hacemos, antes de levantar el teléfono, Facebook y correo electrónico, en automático.

11. **¿Cuáles son las consecuencias del uso de las redes sociales por parte de la organización civil en la Ciudad de Monterrey?**

Pues una de las consecuencias es que somos visibles, nos conocen. La otra consecuencia es que no gastamos en esa comunicación, o sea, las personas saben de nosotros de una manera que no nos está generando un costo de publicidad. Otra consecuencia que te pudiera yo decir, pues otra consecuencia es que [a] nuestros cursos asisten personas gracias a este tipo de comunicación. Entonces, puedo generar ingresos gracias a que me puedo comunicar de esta manera.

12. **¿El uso de las redes sociales ha permitido que se generen políticas públicas en beneficio de la sociedad?**

Hoy por hoy, todavía no, tenemos... Nosotros tenemos un par de temas de políticas públicas en donde queremos generar incidencias; uno tiene que ver con elevar a rango constitucional, en el artículo tercero que habla de la educación, elevar a rango constitucional la cultura de paz y no violencia. Es algo que ya está propuesto en las cámaras, es algo que a través de las redes sociales nos estamos integrando todas las asociaciones en México que trabajamos en temas de paz.

Esto nos ha ayudado a conformar lo que es la Comisión Nacional de Cultura de Paz, la COMNAPAZ. Y a través de las redes sociales, como medio de contacto, pero obviamente en forma presencial, se han ido estableciendo mesas de paz a través de este Consejo, a través de esta Comisión Nacional de Cultura de Paz, se han ido formando mesas de paz en los diferentes estados de la república. Hoy por hoy, no estamos

comunicando todo por Facebook, entonces todavía no hemos incidido en la política pero sí estamos usando las redes como una forma en la que confiamos que vamos a lograr generar esa incidencia. No lo hemos logrado pero sí estamos trabajando en ello. Porque todas las mesas de paz nos estamos comunicando por Facebook y todos estamos publicando en Facebook lo que estamos haciendo y estamos recibiendo muchos likes.

Entonces muchos “sí quiero, sí quiero”, y gracias a eso se han establecido más mesas de paz por personas que se han puesto en contacto a través de Facebook y entonces el presidente de COMNAPAZ está viajando a esos lugares, a esas ciudades, a establecer esas mesas. Entonces ahorita, todavía no se ve pero pronto vas a tener noticias.

13. ¿Consideran que las redes sociales permiten crear mejores condiciones de democracia e igualdad?

Lo que nosotros hemos hecho, no sé hasta dónde pueda ser democracia pero, entendiéndose la democracia por generar condiciones de igualdad o de igualdad de ser escuchados y lo que sí hemos es...hemos recibido propuestas que en su momento hemos canalizado a través de las redes sociales de personas que no tienen medios o sus medios, sus bases de datos...sus medios de alcance son pequeños.

Nosotros ya tenemos una base de datos mucho más grande, entonces podemos generar un impacto a más personas y entendiendo que coincidamos con esa propuesta quizás de juntar ropa, por poner un ejemplo, o de poner atención en una situación las hemos compartido en nuestras redes y eso ha

derivado en que haya personas que digan “me interesa el tema” y se contacten. Sólo somos ese enlace. “Aquí hay esta situación, si quieres ayudar o si te interesa estos son los teléfonos y ya la comunicación se pueda hacer”.

Ayudamos a que personas que no puedan ser escuchadas sean escuchadas o que no están teniendo el alcance que nosotros ya tenemos en ese sentido.

4.1.3 Consejo Cívico, A.C.

Fecha: 28 de septiembre de 2013

Lugar: Starbucks de Gómez Morín

Entrevistador: Jesús Alejandro Garza Pérez

Entrevistado: Luis Ávila, Proyecto de Narrativa y Análisis del Consejo Cívico de las Instituciones de Nuevo León, A.C.

Introducción:

El Consejo Cívico es una Asociación Civil cuya misión es construir una mejor sociedad y gobierno, mediante la unión de esfuerzos entre organizaciones. Busca apuntalar un esfuerzo conjunto por parte de la sociedad civil; es una asociación de asociaciones que busca incidir en política pública, evaluar acciones gubernamentales y provocar participación ciudadana. Así también busca generar espacios de diálogo y convivencia para construir una mejor sociedad. Actualmente sus proyectos insignia son “Alcalde, ¿cómo vamos?” que busca ser un puente entre los ciudadanos para evaluar el desempeño de sus alcalde y propiamente el “Consejo Cívico”, una alianza entre instituciones que busca incidir y promover una mayor participación ciudadana.

Entrevista: Luis Ávila

1. ¿Cuál es la red social que más utiliza la organización civil?

Usamos paralelamente Facebook y Twitter. Desde luego a la semana publicamos menos posts...Es decir, si comparas los posts con los tuits, pues son mucho más los tuits, pero digamos que el uso es similar en cuanto a que son diferentes medios de comunicación. En tercer lugar usamos Youtube, pero ahí dependemos de tener contenido, pero lo tenemos. Subimos uno, a veces dos vídeos al mes.

2. ¿Cuánto tiempo le dedica la organización al uso de las redes sociales?

Yo creo que varía porque depende...como todo el contenido lo generamos nosotros...Además son dos redes sociales que son “Alcalde, ¿cómo vamos?” y “Consejo Cívico”. En sí misma “Alcalde, ¿cómo vamos?” es casi una organización pero aparte. Entonces son esas dos...son seis si cuentas los dos Twitter, los dos Facebook, los Youtubes (sic) y las páginas. [Esos] son fundamentalmente los medios que usamos. Pero yo creo que, considerando las dos iniciativas, unas tres o cuatro horas diarias. Que no sólo es lo que se ve como producto final, sino es la generación de contenido, desde luego.

3. ¿Cuáles son las razones por las cuales la organización hace uso de las redes sociales?

Bueno porque nosotros creemos que, parte del replanteamiento que se hizo el Consejo hace un par de años, de cuando empezó una nueva etapa, queremos provocar una nueva narrativa en cuanto a la convivencia, [inaudible]; que

algunos otros temas, que por un lado queremos compartir esa narrativa y por otro lado queremos incidir en los asuntos públicos y los medios son una forma de serlo, los medios electrónicos.

4. ¿Consideran que las redes sociales funcionan como vehículos para generar una mayor cohesión social?

Sí, son vehículos, sobre todo en temas que tienen que ver con...Nosotros tenemos, digamos, un problema que es también una ventaja a diferencia de otras organizaciones como Pueblo Bicicletero que están enfocados en un tema y han sido muy exitosos, creo que eso ayuda a comunicar tu mensaje. Nosotros estamos muy dispersos, que es la forma que tenemos de atender diferentes mensajes; mensajes que no existen en otra parte o que en los medios tradicionales se ven de una manera superficial o tangencial. Entonces eso a nosotros nos permite empezar a generar una comunidad alrededor de esos temas. Sí ayuda.

5. ¿Qué oportunidad les ha representado el uso de las redes sociales respecto a los medios de comunicación tradicionales?

Nos permiten, en primer lugar, compartir nuestra propia forma de ver las cosas; nos permite tener o difundir de forma consistente ciertos temas que en medios tradicionales alguna vez salen, alguna vez no. Nos permite hacerlo con inmediatez, nos permite entablar una conversación directa con el ciudadano.

6. ¿La organización civil hace uso de las redes sociales con el objetivo de generar cohesión social?

El objetivo principal, es uno de los tres objetivos principales más importantes. No es el principal puesto que la cohesión social no ocurre en las redes. Es decir, nos ayuda a provocar la información y para que la gente acuda; por ejemplo, este domingo [29 de septiembre] tenemos un evento o somos parte de un evento en La Nueva Purísima, de vecinos donde cerraremos algunos espacios para los peatones. Pero la cohesión ocurre ahí.

Incluso la convocatoria mayor no ocurre todavía en las redes sociales para ese tipo de eventos; ocurre con los mismos vecinos, con las organizaciones. En respuesta, no es el objetivo principal, tenemos otros objetivos antes pero probablemente en un corto plazo ya las redes puedan ser el espacio mismo para provocar esa cohesión social. Porque además quienes atienden o quienes necesitan más ese tipo de mensajes no están todavía en las redes sociales como usuarios activos.

7. ¿Las redes sociales permiten un mayor involucramiento por parte de la sociedad civil respecto a problemáticas sociales?

Sí, definitivamente sí. El simple hecho de estar hablando o estar siendo espectadores de que algo nuevo o diferente está ocurriendo en temas de participación ciudadana, de rendición de cuentas, de espacio público. Creo que eso te empieza, si no a ser parte de la conversación todavía, quizá porque todavía estás muy ajeno al tema, por lo menos sabes que existe y más adelante podrás tú ser parte de la conversación.

8. ¿Consideran que las redes sociales tienen poder de convocatoria?

Sí tienen. Así en términos llanos sí. Falta mucho más, también. Nosotros tenemos un evento llamado “Compromiso y Sociedad”, es un evento trimestral. Los últimos...los foros de este año, que es donde ya más me he involucrado en el proceso más como quien maneja las redes sociales y los mensajes, etc., ha subido el número de asistentes que tenemos gracias a que se enteraron por redes sociales, que es una cuarta parte. Antes no era ni el 10%, antes, los dos años anteriores. Aun así una cuarta parte es un porcentaje relativamente en crecimiento, digamos. Entonces, sí ayuda, pero todavía puede ayudar más.

9. ¿El uso de las redes sociales logra una mayor conciencia política y social entre los usuarios?

Sí, por la misma razón que platicamos un poquito antes, te empieza a meter en el mapa ciertos temas, ya sabes...Para nosotros es muy complejo hablar de pactos ciudadanos porque son temas muy complicados. Pero si al menos...estoy seguro que nuestros seguidores y las tres mil gentes con las que conversamos, entienden de mejor manera algunos conceptos que tienen que ver con el diseño y con la incidencia en políticas públicas, convivencia, que de otra forma no tendrían ni siquiera vistos en un horizonte más amplio.

10. ¿Los medios sociales han permitido una mayor y mejor coordinación respecto a los objetivos de la organización?

Sí, definitivamente sí. En el “Alcalde, ¿cómo vamos?”, aunque es un área...te pongo un ejemplo, tiene mucha área de

oportunidad, de hecho es una plataforma pequeña, considerando el número de cosas y de acciones que hemos logrado, nos ha permitido, digamos, dar seguimiento a las acciones que tenemos, mandar mensajes para los alcaldes y para los ciudadanos; recibir mucha información por parte de los ciudadanos de cómo están actuando desde sus respectivas administraciones municipales y si ya nos ha permitido, con ese nivel de crecimiento, todo eso, el área de oportunidad es muy grande para “Alcalde, ¿cómo vamos?” y para el Consejo Cívico.

11. ¿Cuáles son las consecuencias del uso de las redes sociales por parte de la organización civil en la Ciudad de Monterrey?

Una forma de impacto es la que te digo de “Alcalde, ¿cómo vamos?”. Por ejemplo... Otro es el que te comentaba del foro, el hecho de que una cuarta parte de los asistentes se enteren por redes sociales es un impacto de gente que ya vio el mensaje y que va al foro y que de otra forma no se enteraría.

Una tercera forma de impacto es que ahora, a partir de todo el contenido que estamos generando en “Vecino”, la gente conoce mucho más lo que están haciendo organizaciones de la sociedad civil, aunque ahí está todo conectado, porque está la publicación, a partir de la publicación se han hecho algunos vídeos y, entonces, en general los vídeos de la organización civil se han visto, en total, sumado, tres o cuatro mil veces, por cuatro mil personas, más lo que se ve por medios electrónicos. A lo que voy es, el panorama o la narrativa alrededor de las organizaciones de la sociedad civil está

llegando a mucha más gente, que de otra forma, por las redes independientes de cada organización no llegaría.

12. ¿El uso de las redes sociales ha permitido que se generen políticas públicas en beneficio de la sociedad?

Como redes sociales, incluso en Monterrey, no sólo el Consejo Cívico, lo platicábamos con una organización que se dedica a la incidencia en política pública, no hay ningún caso que al menos tengamos así visiblemente de momento todavía, en cuanto a que a partir de la insistencia en un tema se logre un resultado. Se han logrado resultados a partir de muchas otras formas, no tantos, pero sí algunos.

Entonces, todavía decir “gracias a las redes logramos esto, una incidencia en política pública”, no. Las redes han contribuido, como otra serie de acciones a lograr esto, sí. “Alcalde, ¿cómo vamos?” es un ejemplo. Pero que puedas atribuirle a las redes sociales el cambio en una política pública, muy difícilmente. No, yo te diría que no.

13. ¿Consideran que las redes sociales permiten crear mejores condiciones de democracia e igualdad?

Sí, definitivamente sí porque te permite participar en la conversación de una forma directa, digamos que tu voz vale lo mismo, nosotros no...digo, no ha habido insultos, no censuramos, quien tiene en nuestras redes sociales una opinión en contra en “Alcalde, ¿cómo vamos?” lo puedes ver. En los últimos mensajes de “Alcalde, ¿cómo vamos?” nos cuestionan algunos indicadores y nos permiten tener una conversación con ellos. Permitimos que en la red difundan, aunque puedan estar, digamos, no tener toda la información,

nuestra tarea es proporcionarles esa información para que puedan emitir mejores juicios.

Pero permiten, desde luego, una apertura total. Depende, claro, del operador dar esa apertura y dar esa oportunidad. Nosotros sí la damos. Entonces sí, definitivamente sí contribuyen con la democracia y la igualdad de oportunidades para la gente que tiene acceso a esos medios, que todavía sigue siendo muy poca, en México.

4.2 Información obtenida de las entrevistas.

Tabla 2. Extracto de puntos principales del instrumento de medición.

Pregunta	Lic. David Pulido (Realidad Expuesta)	Lic. Hannia Quijano (Enlazando Esfuerzos Conjuntos, A.C.)	Lic. Luis Ávila (Consejo Cívico de Nuevo León, A.C.)
1. ¿Cuál es la red social que más utiliza la organización civil?	Facebook. Pero la más importante es Youtube.	Facebook en primer lugar. En segundo, Youtube.	Facebook y Twitter de manera conjunta.
2. ¿Cuánto tiempo le dedica la organización civil al uso de las redes sociales?	Es tiempo voluntario, depende de la dedicación.	Tres veces al día en Facebook. Un vídeo de Youtube al mes.	Considerando la dos iniciativas: “Alcalde, ¿cómo vamos?” y “Consejo Cívico”, de tres a cuatro horas diarias.
3. ¿Cuáles son las razones por las que la	Porque hay que tener todo. Porque	Para estar en contacto con todas las	Provocar una nueva narrativa en

organización hace uso de las redes sociales?	estamos en mundo conectado. Las redes te permiten llegar a personas a las que tú no puedes llegar.	personas que están en nuestra red de Sanki y para estar en contacto con todas las personas con las que tenemos relación.	cuanto a la convivencia. Queremos incidir en los asuntos públicos.
4. ¿Consideran que las redes sociales funcionan como vehículos para generar una mayor cohesión social?	Por sí mismas no generan cohesión.	Sí, porque permiten que personas con intereses en común se encuentren.	Sí, son vehículos porque nos permiten generar interés en temas que no son abordados de manera superficial o tangencial. Nos ayuda a generar una comunidad.
5. ¿Qué oportunidad les ha representado el uso de las redes sociales respecto a los medios de comunicación tradicionales?	La forma de difundir la información. Realidad Expuesta no tiene otra manera de ser difundida.	Las redes sociales no generan costos, en el caso de la publicidad. Además no hay censura, en el entendido de que estamos en un espacio de respeto.	Permite compartir nuestra propia forma de ver las cosas. Nos permiten tener una comunicación directa con el ciudadano.
6. ¿La organización civil hace uso de las redes sociales	Realidad Expuesta, no.	Sí claro, porque nuestra misión es	No es el objetivo principal, pero esperamos que

con el objetivo principal de generar cohesión social?		despertar una conciencia.	en un corto plazo las redes sean ese espacio mismo donde se genere la cohesión social.
7. ¿Las redes sociales permiten un mayor involucramiento por parte de la sociedad civil respecto a problemáticas sociales?	En el caso de Realidad Expuesta sí porque todo lo que compartes son problemáticas sociales y pues sí hay un sentido de que la gente está alerta de esas temáticas.	Claro, pues sí. En el momento en que la asociación pone en evidencia una situación, la hace pública a través de una red social, empieza a despertar conciencia.	Sí, definitivamente sí, porque permiten que por lo menos estés enterado de un tema.
8. ¿Consideran que las redes sociales tienen poder de convocatoria?	Por su puesto, ahorita todos los grupos basan su difusión, sus convocatorias, a través de las redes sociales.	Claro, a través de eso hemos generado la convocatoria que tenemos. Hemos atraído a personas a través de lo que publicamos en las redes sociales.	Sí tienen. El evento “Compromiso Ciudadano” registró un mayor número de asistentes gracias a que se enteraron por las redes sociales.
9. ¿El uso de las redes sociales logra una mayor conciencia	Depende del individuo.	Claro, a través de las redes sociales las	Sí, porque te empieza a meter en el mapa ciertos

política y/o social entre los usuarios?		personas se enteran de lo que otros están haciendo respecto a temáticas políticas y sociales.	temas. Conversamos con ciudadanos y comprenden de una mejor manera conceptos que tienen que ver con el diseño e incidencia de políticas públicas.
10. ¿Los medios sociales han permitido una mayor y mejor coordinación respecto a sus objetivos? (Ej. Coordinar algún movimiento, manifestación, etc.)	En el caso de Realidad Expuesta sí.	Claro, nos permite una mejor coordinación porque los usuarios están conectados.	Sí, definitivamente sí. En “Alcalde, ¿cómo vamos?” nos ha permitido dar seguimiento a las acciones, mandar mensajes al alcalde y a los ciudadanos.
11. ¿Cuáles son las consecuencias del uso de las redes sociales por parte de las	En Pueblo Bici leterero hicimos una campaña de juntar firmas para pedir al municipio que negara	Somos visibles. Nos conocen. No tiene costo y la mayoría de las personas que participan en los cursos es porque se	El panorama o la narrativa alrededor de las organizaciones de la sociedad civil está llegando a mucha más

<p>organizacion es civiles de la ciudad de Monterrey?</p>	<p>los permisos para la estación de metro en Parque Fundidora y se juntaron muchas firmas; era una petición en línea y el correo iba directo a la Secretaría de Desarrollo Urbano, a la Alcaldesa y generó mucho presión.</p>	<p>enteraron a través de las redes sociales sobre el evento.</p>	<p>gente, que de otra forma, por las redes independient es de cada organización no llegaría.</p>
<p>12. ¿El uso de las redes sociales ha permitido que se generen políticas públicas en beneficio de la sociedad?</p>	<p>El de Internet para Todos es el más clave, porque anteriormente e los ciudadanos no podían generar iniciativas propias, tenían que ser presentadas a través de su diputado.</p>	<p>Todavía no. Pero gracias a las redes sociales se han formado y realizado mesas de trabajo lo que ha resultado en la creación de la Comisión Nacional para la Paz que busca elevar a rango constitucional</p>	<p>No se le puede atribuir a las redes sociales el cambio en una política pública, muy difícilmente.</p>

			l la cultura de la paz y no violencia.
13. ¿Consideran que las redes sociales permiten crear mejores condiciones de democracia e igualdad?	Entre las personas que cuentan con el acceso a Internet, sí. Los usuarios tienen la posibilidad de construir su propia gama informativa.	Entendiéndos e la democracia para generar condiciones de igualdad hemos recibido propuestas a través de estos medios y las hemos canalizado a las autoridades respectivas.	Sí porque te permiten participar en la conversación de una manera directa. Contribuyen a la democracia e igualdad de oportunidades para la gente que tiene acceso a esos medios.

Algo importante que cabe destacar sobre los resultados de las entrevistas es que, tanto David Pulido como Luis Ávila, de Realidad Expuesta y Consejo Cívico respectivamente, coinciden en que las redes sociales por sí mismas no generan cohesión social, pero en sí ayudan a que grupos de personas se identifiquen con una causa, generen identidad y se trasladen a un espacio físico concreto donde realmente se da la cohesión.

Las tres partes coinciden en que las redes sociales permiten un alcance que de otra manera no sería posible, incluyendo la reducción de costos y por otro lado, permitiendo que personas de distintas partes se unan en torno a una problemática, provocando que por lo menos estén enteradas o incluso siendo más participativas.

Otro de los puntos de convergencia entre los entrevistados es el hecho de que tiene que haber una interacción entre la organización y los usuarios. ¿Por qué? Tiene que haber un flujo de información constante que permita

despertar en el interés del usuario para que interactúe, si no, se corre el riesgo de que la información no llegue al usuario, resultando que el interés sea efímero.

Si tomamos en cuenta la cantidad de seguidores que puede tener una organización en las redes sociales, se debe de considerar el hecho de cada uno tiene sus propios interés, y no nada más sigue a la organización en cuestión, por lo que es requisito, como lo mencionó David Pulido, que se genere una identidad entre ese grupo de personas que siguen a la institución para que se sientan parte de la causa, así sea política o meramente social.

También es importante considerar que hay personas que solamente siguen a la organización pero que no necesariamente se involucran en las actividades que realizan. Y de este grupo se distinguen aquellos que realmente se comprometen con la causa y participan en los diferentes eventos que puedan realizarse. Pero eso sí, las tres personas entrevistadas coinciden en que las redes sociales sí fomentan un mayor involucramiento por parte de la sociedad civil.

Otro factor que vale la pena considerar para efectos del presente estudio, fue el mencionado por Luis Ávila, del Consejo Cívico, quien considera que las redes sociales sí contribuyen a fomentar la democracia y mayores condiciones de igualdad entre las personas que tienen acceso a las redes sociales. Pero en efecto se espera que ese alcance sea mayor con el paso del tiempo.

Así también se destaca el hecho de que las redes sociales están formando una nueva narrativa, la manera en cómo se da la interacción entre los usuarios y las instituciones, siendo más directa. En lo personal, me ha sucedido que ha sido mucho más fácil que una organización responda a través de las redes sociales que por otras vías de comunicación, como el

correo electrónico, donde muchas veces es la única opción para contactar a la institución, misma que omite – quizá por razones de seguridad – divulgar sus números telefónicos de contacto.

En resumen, los tres entrevistados coinciden en que las redes sociales fomentan una mayor comunicación directa con los usuarios, poniendo en el mapa temas de interés que no necesariamente son cubiertos por los medios tradicionales y que, pueden en menor o mayor medida, lograr que las personas se involucren más y se vuelvan participativas en torno a la problemática.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Las redes sociales sin duda han generado un impacto en cómo se genera y distribuye la información; permiten que personas con intereses en común se encuentren a pesar de los cientos y/o miles de kilómetros de distancia que se interponen pero que al final permiten una unión en torno a un tema. En otras palabras, acortan la distancia y pueden provocar que la información se vuelva viral, permitiendo que dé la vuelta al mundo en cuestión de minutos.

Es cierto, hoy en día podemos ver en las noticias en cómo la privacidad se ve afectada cuando se hace uso de las redes sociales. No se pone en tela de duda que también éstas pueden representar un peligro, dependiendo del uso que se les dé. Pero vale la pena considerar que cualquier cosa que se haga buena o mala, implica una reacción. Un ejemplo sencillo, cada día vemos computadoras más avanzadas, con lo último en tecnología, pero también hay virus cada vez más potentes. Al final, simplemente somos parte de un juego donde se equilibran fuerzas, donde cada quien podrá calificarlas como buenas o malas.

Siempre habrá personas que quieran sacar provecho haciendo un mal uso de estas tecnologías de la comunicación. Pero tratemos de enfocarnos en lo bueno, y en lo que se puede hacer mejor. Porque como ciudadanos comprometidos, tenemos que hacer un esfuerzo para modificar la mentalidad si queremos ver cambios sustanciales.

El tema central de la presente investigación fue el conocer si las redes sociales funcionan como vehículos para generar una mayor cohesión social. Lo anterior, a través de un estudio cualitativo cuyo instrumento de medición fue la realización de tres entrevistas a personas que están involucradas en organizaciones civiles de la Ciudad de Monterrey.

De acuerdo a lo investigado, las redes sociales sí han contribuido, a grandes rasgos, a generar una mayor cohesión social. Es cierto, queda un largo camino por recorrer y al final del día la responsabilidad recae, en última

instancia, en el ciudadano, que debiera tener la firme convicción de crear una identidad que lo haga participe de los cambios que se requieren para una democracia participativa. Pero el título de la investigación lo deja en claro: vehículos de cohesión social. No que por sí mismas generen la misma.

Los tres representantes de las organizaciones coincidieron en que las redes sociales les han permitido tener una comunicación más directa con los usuarios, al mismo tiempo que ponen en la mesa temas de interés para la comunidad y que no necesariamente son cubiertos por los medios de comunicación tradicionales o si lo hacen es de manera muy efímera. Tal es el caso del Movimiento Ambientalista Ciudadano.

Por lo anterior, queda evidente que las redes sociales han permitido una mejor coordinación respecto a los objetivos de la organización. Si bien, de manera concreta, dos de los entrevistados (David Pulido y Luis Ávila) consideraron que las redes sociales no generan cohesión por sí mismas, sí han contribuido a que personas con intereses en común se unan respecto a ciertos intereses. Al final, las redes sociales quizá no sean la solución para todos los problemas que enfrenta la ciudad, ya no digamos el País. Pero sin duda están cambiando la forma en que se da la comunicación.

Quizá no todos los ciudadanos se vuelvan participativos y demuestren que quieren hacer grandes cambios para mejorar al País. Pero el investigador confía que por lo menos les permitan estar enterados y comentando algunos temas de interés; así también utiliza de ejemplo su propio caso: a veces es más fácil mantenerse enterado de las noticias, a través de medios de comunicación alternativos, mediante las redes sociales – dependiendo de cantidad de páginas a las que siga – que estar ingresando de manera individual a cada una de ellas.

Pero vale la pena considerar y distinguir que, en efecto, existe una apatía hacia la clase política. Por lo anterior surgen movimientos que a lo mejor no han terminado por consolidarse, pero que ahí están; que son la señal de que

se requiere de un cambio; que por un lado les falta más organización, sí. Pero ya son atisbos de una juventud – como #YoSoy132 – que muestra descontento. Más adelante quizá podremos ver movimientos más organizados en relación al activismo político. Porque para otros temas, como el caso del Pueblo Biciletero, se ha logrado una cohesión entre un grupo que comparte el gusto por el ciclismo. Probablemente como el tema de la política es más sensible y despierta las pasiones más escondidas, puede llegar a dificultar cierto grado de unidad, tomando en cuenta el contexto social y político por el que atraviesa el País, donde incluso se puede percibir cierto grado de censura.

Por lo tanto el planteamiento del problema, es decir, el análisis del uso de las redes sociales como medios para manifestarse entorno a problemáticas sociales en la ciudad de Monterrey demuestra que, efectivamente sí funcionan, pero el proceso se encuentra en sus albores y aún hay un proceso de maduración al que deberá darse seguimiento en los próximos años.

Retomando los objetivos previamente establecidos en la introducción de la presente investigación, se planteó el primero: “Establecer las razones y consecuencias de del uso de las redes sociales por parte de las organizaciones civiles de la Ciudad de Monterrey”.

Con lo anterior se determina que principalmente se hace uso de las redes sociales para difundir información que no necesariamente es cubierta por los medios de comunicación tradicionales. En cuanto a los efectos, se podría considerar que el uso de las redes sociales todavía se encuentra en sus albores. Pero que la intención es que se vuelvan ese espacio donde se dé el intercambio para generar un impacto en política pública como lo es la intención de COMNAPAZ de elevar a rango constitucional la educación y la cultura de la paz. Dicho movimiento se ha generado y consolidado gracias a las redes sociales.

Respecto al segundo objetivo: “determinar si da una mayor cohesión social a través del uso de las redes sociales por parte de las organizaciones civiles de la ciudad de Monterrey”, se concluye que sí. Al menos grupos como Pueblo Bicicletero han logrado cohesionar un grupo a nivel nacional en relación a un tema: el ciclismo. También se encontró que, en efecto, sí se está produciendo un diálogo que permite una mayor conexión entre los ciudadanos y el gobierno. Tal es el caso del programa “Alcalde, ¿cómo vamos?” del Consejo Cívico. En efecto, todavía queda camino por recorrer, pero eso es apenas el inicio, considerando que el acceso a Internet no está garantizado para todos los mexicanos.

En relación al tercer objetivo: “conocer cuáles son las redes sociales que más utilizan las organizaciones civiles de la ciudad de Monterrey”, algo que llamó la atención al investigador o que al menos no consideraba como respuesta, pues se esperaba que las mismas estuvieran enfocadas a Facebook y Twitter, fue el uso de YouTube, que en un principio a lo mejor no se hace una conexión para considerarla como red social, pues se presta a creer que no hay una interacción más directa entre los usuarios. Pero definitivamente sirve para difundir material audiovisual que difícilmente se puede observar en otros medios de comunicación tradicionales. Esto permite que la organización civil genere su propio contenido y lo pueda difundir.

Por último, el cuarto objetivo: “determinar el tiempo destinado al uso de las redes sociales por parte de las organizaciones civiles de la ciudad de Monterrey”, las respuestas por parte de los entrevistados, fueron similares. El promedio de uso diario de dichos medios es de tres a cuatro horas diarias, lo que implica un grado de compromiso, y si los recursos lo permiten, contar con una persona encargada exclusivamente al uso de las redes sociales. Como organizaciones civiles, eso a veces resulta difícil de lograr, pues se depende del tiempo voluntario que se le desee destinar a la organización.

Sí, definitivamente queda mucho camino por recorrer para lograr cambios sustanciales. Pero como lo mencionó David Pulido en la entrevista realizada:

queda evidenciado que el movimiento #YoSoy132 es un ejemplo claro de lo que pueden lograr las redes sociales. Sí, es un movimiento que se ha visto diluido, pero todo tiene un comienzo, y quizá más adelante se podrá ver un resurgimiento u otro movimiento más organizado. A manera de analogía, es como ver el proceso de formación de una ola, primero son pequeñas hasta que se forma una más grande e impacta con la orilla del mar.

También cabe destacar que el propósito de la presente investigación era determinar si las redes sociales se pueden considerar como *vehículos* de cohesión social. En otras palabras, que la fomenten, pero no que por sí mismas la generen. Quizá para eso todavía falte tiempo. Y como lo mencionó Luis Ávila, ojalá que en un futuro no muy lejano sean por sí mismas las generadoras de la cohesión social.

Sin duda hay recomendaciones para considerar en la presente investigación. Este estudio se enfocó a ser realizado de manera cualitativa con la firme intención de que el contenido fuera más veraz y, por lo tanto, enriquecedor. Claro está, puede sugerirse para que se amplíe y sea realizado agregando elementos cuantitativos, como una encuesta; misma que podría enfocarse para conocer el otro lado de la moneda: los usuarios. Si aquellos las usan con propósitos para mantenerse informados y no solamente como herramientas de entretenimiento.

¿Queda un camino por recorrer? Sí. Pero también tenemos que tener una firme creencia de que ese cambio es posible. Y las redes sociales sí contribuyen a que la información tenga un mayor alcance. Dichos medios de comunicación son catalizadores, hasta ahora, de cambios sustanciales, de los que quizá no nos hemos percatado. Pero a final de cuenta el cambio reside en cada uno de nosotros.

REFERENCIAS

- AFP (2011). "Number of Internet users worldwide reaches 2 bln: UN". *Agence France-Presse*. Artículo disponible en <http://www.google.com/hostednews/afp/article/ALeqM5iL3JD4qYM6YTk7BSVMHUn2z7qFg> Consultado el día 18 de mayo de 2011.
- Al Jazeera (2011). "Timeline: Egypt's Revolution". *Al Jazeera*. Artículo disponible en <http://english.aljazeera.net/news/middleeast/2011/01/201112515334871490.html> Consultado el día 3 de abril de 2011.
- AMIPCI (2011). "Hay 34.9 millones de usuarios de Internet en el país". *Asociación Mexicana de Internet*. Disponible en <http://www.amipci.org.mx/temp/AMIPCIComunicadoEstudioHabitosAMIPCI2011-0032424001305647256OB.pdf> Consultado el día 18 de mayo de 2011.
- Aravena, Marcela; Kimelman, Eduardo; Micheli, Beatriz; Torrealba, Rodrigo y Zúñiga, Javier. (2006). *Investigación Educativa I*. I.S.B.N. 956-8114-64-5 (Chile). Disponible en <http://bit.ly/12UAEY1>
- Barefoot, D. & Szabo, J. (2009). *Friends with Benefits: A Social Media Marketing Handbook*. No Starch Press. Consultado el día 1 de abril de 2011 a través de la base de datos e-brary. Universidad de Monterrey.
- Berrigan, F. (1981). *La comunicación comunitaria, cometido de los medios de comunicación comunitaria en el desarrollo*. París: Editorial de la UNESCO. Disponible en PDF en <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001343/134355so.pdf>
- Benassini Félix, C. (2011). "Marshall McLuhan: exploración de tres aportaciones". *Razón y Palabra*, (77) Agosto – Octubre. Redalyc. Consultado el día 9 de abril de 2012. Disponible en <http://goo.gl/O0doW>
- Boyd, D. & Ellison, N. (2007). "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1). Consultado el día 13 de septiembre de 2012. Disponible en <http://www.danah.org/papers/JCMCIIntro.pdf>
- CEPAL (2007). *Cohesión Social: inclusión y sentido de pertenencia en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Colina, C.E. (S/F). "McLuhan y las tecnologías de la comunicación". *HUMANITAS*. Portal temático en humanidades. Disponible en <http://goo.gl/XTZJh>
- Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Nuevo León (2009). Periódico Oficial del Estado. Publicada el 16 de diciembre de 1917. Disponible en <http://bit.ly/ZWfPbH>
- ¡Conoce Monterrey! (2007). ISACA, Conferencia sobre control, seguridad, y aseguramiento de TI. Disponible en <http://tinyurl.com/bev8dj7>
- Cuellar, Roberto. (2010). *Cohesión social y democracia*. Instituto Internacional para la Democracia y la Asistencia Electoral. Consultado el día 02 de septiembre de 2012. Disponible en http://www.idea.int/resources/analysis/upload/ES_Cuellar_low_2.pdf

- Del Brutto López, B. (2001). *De las comunidades virtuales a los movimientos sociales. Un esbozo de interpretación*. Consultado el día 8 de noviembre de 2011. Disponible en el archivo del Observatorio para la CiberSociedad en <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=16>
- Duffy, C. (2009). "The evolution of the Internet". *Network World*. Consultado el día 22 de septiembre de 2012. Disponible en <http://tinyurl.com/c6j4oj>
- Esteinou Madrid, J. (1997). "El pensamiento de McLuhan y el Fenómeno de la Aldea Global". *Razón y Palabra*. Edición Especial. Disponible en <http://goo.gl/q95lY>
- Esteinou Madrid, J. (2011). "Mediaciones tecnológicas en la comunicación". *CHASQUI Revista Latinoamericana de Comunicación*. No. 114-115. pp. 45-48. Junio-septiembre.
- Fernández Collado, C. y Galguera García, L. (2008). *La comunicación humana en el mundo contemporáneo*. McGraw Hill: México.
- Ferri, P. (n.d.). *Manual de introducción a las comunidades virtuales*. Recuperado el día 8 de noviembre de 2011. Disponible en [http://mosaic.uoc.edu/wp-content/uploads/Manual de Introduccion a las Comunidades Virtuales.pdf](http://mosaic.uoc.edu/wp-content/uploads/Manual_de_Introduccion_a_las_Comunidades_Virtuales.pdf)
- Gerardo, Jaime. (2012). "Teoría de la comunicación comunitaria". Universidad Alfonso Reyes. Disponible en <http://tinyurl.com/cln7y6n>
- Giroux, S. y Tremblay, G. (2004). *Metodología de las Ciencias Humanas*. Fondo de Cultura Económica: México, D.F.
- Greece, J., y Maloney-Krichma, D. (2005). "Online communities: Design, theory, and practice". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(4), article 1. <http://tinyurl.com/cybada4>
- Guerrero, Luz Ma. (S/F). *La Entrevista en el Método Cualitativo*. Universidad de Chile. Consultado el día 24 de junio de 2013. Disponible en: <http://bit.ly/1201w3E>
- Harrocks, C. (2001). *Marshall McLuhan and Virtuality*. Icon Books: Londres.
- Hernández Sampieri, Roberto H.; Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill: México.
- Huerta, E.; Bañuelos, B.; Rodríguez, A.; Luz, S. y Gómez, C. (2006). "El rol de la televisión en la socialización política de los niños: resultados preliminares". *UNIR Revista* 1(3). ISSN 1809-4561.
- Huerta Wong, J.E. y García, E. "La formación de los ciudadanos: el papel de la televisión y la comunicación humana en la socialización política". *Nueva Época*, No. 10. Julio-Diciembre 2008, pp. 163-189. ISSN 0188-252x.
- Islas, O. & Gutiérrez, F. (2006). "Sociedad de la información: ¿utopía o panóptico?". *Red Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*. Consultada el día 1 de abril de 2011 a través de la base de datos e-libro. Universidad de Monterrey.

- Jenson, J. (2010). *Defining and measuring social cohesion*. Commonwealth Secretariat and United Nations Research Institute for Social Development. Totton, Hampshire: Hobbs the Printers.
- Maggio, N. (2008). *"The whole earth as a village: a chronotopic analysis of Marshall McLuhan's 'Global Village' and Patrick McGoochan's 'The Prisoner'"*. Tesis presentada para optar por el título de maestría en Cultura Popular. Universidad Brock: St. Chatarines, Ontario. Consultado el día 1 de octubre de 2012.
- Martín Barbero, J. (1992). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Editorial Gustavo Gili: Nezahualcóyotl.
- Martín Carretero, J.M. (2008). *Participación de la sociedad civil y cohesión social*. Fundación Internacional y para Iberoamérica de Administración y Políticas Públicas. Documento en PDF disponible en <http://eurosocialsalud.eu/files/docs/00009.pdf> Consultado el día 18 de mayo de 2011.
- Martínez Terrero, J. (2006). *Teorías de comunicación*. Guayana, Ven: Universidad Católica Andrés Bello. Documento en PDF disponible en http://www.riial.org/espacios/teoriacom/teoriacom_docbase.pdf
- McKnight, C., Dillon, A., and Richardson, J. (1996). "User Centered Design of Hypertext and Hypermedia for Education". En D. Jonassen (ed.) *Handbook of Research on Educational Communications and Technology*. New York: Macmillan, 622-633.
- Moreno Mínguez, A. y Suárez Hernán, C. (2010). "Las comunidades virtuales como nuevas formas de relación social: elementos para el análisis". *Revista de Estudios Literarios Espéculo*, 43.
- New Influencer. (S/F). "Mediation". Disponible en <http://goo.gl/d0eA8>
- Oeyen, V. (2006). "La cumbre mundial de 2003: la sociedad informacional". *Red Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*. Consultada el día 1 de abril de 2011 a través de la base de datos e-libro. Universidad de Monterrey.
- Ojha, N. (2000). *Mass Media and Communication*. Global Media: Jaipur, India.
- Página oficial del gobierno municipal de Monterrey. "Ciudad de las Montañas". Disponible en <http://tinyurl.com/ayzkbet>
- Página oficial del gobierno municipal de Monterrey. "Educación". Disponible en <http://tinyurl.com/avmgedt>
- Página oficial del gobierno del estado de Nuevo León (2013). "Estadísticas de economía de Nuevo León". Disponible en <http://tinyurl.com/aags6j4>
- Pazos, M., Pérez Garcías, A. y Salinas, J. (N/A). "Comunidades Virtuales: de la lista de discusión a las comunidades de aprendizaje". Comunidad de Aprendizaje: Universidad Nacional Autónoma de México. Disponible en: <http://goo.gl/e1mks>
- Pindado Pindado, J. (2005). "Resultados de un estudio con jóvenes de Málaga. Los medios de comunicación en la socialización adolescente". *Telos*, Cuadernos de

- Comunicación e Innovación, No. 62, Enero – Marzo. Disponible en <http://goo.gl/MtfxY>
- Pindado Pindado, J. (2003). “El papel de los medios de comunicación en la socialización de los adolescentes de Málaga”. Tesis Doctoral. Universidad de Málaga. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Disponible en <http://goo.gl/aHv1s>
- Puig, Carles (S/F). “Del hipertexto al hipermedia. Una aproximación al desarrollo de obras abiertas”. *Universitat Pompeu Fabra*. Consultado el día 22 de septiembre de 2012. Disponible en <http://tinyurl.com/9jja6sa>
- Quentin, J. (1997). “Virtual communities, virtual-settlements and cyber-archaeology: a theoretical outline”. *Journal of Computer Mediated Communication*, 3(3). <http://tinyurl.com/culrkey>
- Rowson, J., Broome, S. & Jones, A. (2010). “Connected Communities. How social networks power and sustain the Big Society”. *RSA Projects*. <http://tinyurl.com/3aks2uy>
- Schmelkes, C. y Elizondo, N. (2010). *Manual para la presentación de anteproyectos e informes de investigación (tesis)*. Oxford: México.
- Schonfeld, E. (2009). “Costolo: Twitter now has 190 million users tweeting 65 million times a day”. *Tech Crunch*. Artículo disponible en <http://techcrunch.com/2010/06/08/twitter-190-million-users/> Consultado el día 1 de abril de 2011.
- Shirky, C. (2011). “The Power of Social Media”. *Foreign Affairs*, 90(1), 28-41.
- Sunstein, C. R. (2003). *Republica.com* Páidos: Barcelona.
- Taylor, P. & Harris, J. (2008). *Critical theories of mass media: then and now*. Open University Press: Buckingham.
- Trinkle, D. & Merriman, S. (2006). *History Highway*. M.E. Sharpe, Inc. Consultado a través de la base de datos e-brary. Universidad de Monterrey.
- Valiente, Francisco. (2004). “Comunidades virtuales en el ciberespacio”. *DOXA* No. 2, pp. 137-150. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales. Universidad San Pablo – CEU Madrid. <http://tinyurl.com/cyk5joc>
- Villarreal Martínez, María Teresa (2011) "Ciudad, participación y movilización" ponencia presentada en el V Coloquio de Humanidades de la Facultad de Filosofía y Letras de la UANL en mayo 2011, publicado en "Memorias en extenso del V Coloquio de Humanidades", compiladores: María Luisa Martínez Sánchez, Juan Jacobo Castillo Olivares, José Luis Martínez Canizáles. Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Autónoma de Nuevo León, Primera edición: mayo 2012, ISBN 978-607-433-836-2.
- Villarreal Martínez, María Teresa (2010), "Las organizaciones civiles en la gobernanza". En: *Inceptum, Revista de Investigación en Ciencias de la Administración*. Vol. V, No. 9, Julio-Diciembre 2010, págs. 155-171. Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
- Wellman, B. (2004). “The Glocal Village: Internet and Community”. *Ideas*, 1(1). Disponible en <http://goo.gl/rLCVY>

Zimbra, D. D., Chen, H. H., & Abbasi, A. A. (2010). A Cyber-archaeology Approach to Social Movement Research: Framework and Case Study. *Journal Of Computer-Mediated Communication*, 16(1), 48-70. doi:10.1111/j.1083-6101.2010.01531.x

ANEXOS

Anexo A. Carta a David Pulido

Universidad Autónoma de Nuevo León
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Maestría en Comunicación y Cambio Social

Asunto: Proyecto de Tesis

P r e s e n t e:

Estimado David Pulido,

Por el presente medio agradezco de antemano por su participación para la realización del proyecto de tesis que se titula “**La Nación Facebook: las redes sociales como factores de cohesión social**”, cuyo propósito es conocer el uso que las organizaciones civiles de la Ciudad de Monterrey le dan a los medios sociales, con el objetivo de fomentar una mayor cohesión social entre quienes son partícipes de ellas, en este caso los usuarios ciudadanos.

Quedo a sus órdenes,

Lic. Jesús Alejandro Garza Pérez

Anexo B. Carta a Hannia Quijano

**Universidad Autónoma de Nuevo León
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Maestría en Comunicación y Cambio Social**

Asunto: Proyecto de Tesis

P r e s e n t e:

Estimada Hannia Quijano,

Por el presente medio agradezco de antemano por su participación para la realización del proyecto de tesis que se titula **“La Nación Facebook: las redes sociales como factores de cohesión social”**, cuyo propósito es conocer el uso que las organizaciones civiles de la Ciudad de Monterrey le dan a los medios sociales, con el objetivo de fomentar una mayor cohesión social entre quienes son partícipes de ellas, en este caso los usuarios ciudadanos.

Quedo a sus órdenes,

Lic. Jesús Alejandro Garza Pérez

Anexo C. Carta a Luis Ávila

**Universidad Autónoma de Nuevo León
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Maestría en Comunicación y Cambio Social**

Asunto: Proyecto de Tesis

P r e s e n t e:

Estimado Luis Ávila,

Por el presente medio agradezco de antemano por su participación para la realización del proyecto de tesis que se titula **“La Nación Facebook: las redes sociales como factores de cohesión social”**, cuyo propósito es conocer el uso que las organizaciones civiles de la Ciudad de Monterrey le dan a los medios sociales, con el objetivo de fomentar una mayor cohesión social entre quienes son partícipes de ellas, en este caso los usuarios ciudadanos.

Quedo a sus órdenes,

Lic. Jesús Alejandro Garza Pérez

Anexo D. Cuestionario

1. ¿Cuál es la red social más utilizada por la organización civil?
2. ¿Cuánto tiempo le dedica la organización civil al uso de las redes sociales?
3. ¿Cuáles son las razones por las cuales la organización hace uso de las redes sociales?
4. ¿Considera que las redes sociales funcionan como vehículos de cohesión social?
5. ¿Qué oportunidad les ha representado el uso de las redes sociales respecto a los medios de comunicación tradicionales?
6. ¿La organización civil hace uso de las redes sociales con el propósito de generar cohesión social?
7. ¿Las redes sociales permiten un mayor involucramiento por parte de la sociedad civil respecto a problemáticas sociales?
8. ¿Consideran que las redes sociales tienen poder de convocatoria?
9. ¿El uso de las redes sociales logra una mayor conciencia política y/o social entre los usuarios?
10. ¿Los medios sociales han permitido una mayor y mejor coordinación respecto a sus objetivos?
11. ¿Cuáles son las consecuencias del uso de las redes sociales por parte de las organizaciones civiles de la ciudad de Monterrey?
12. ¿El uso de las redes sociales han permitido que se generen políticas públicas en beneficio de la sociedad?
13. ¿Consideran que las redes sociales permiten generar mejores condiciones de democracia e igualdad?

Anexo E. Facebook Realidad Expuesta



Anexo F. Facebook Enlazando Esfuerzos Conjuntos A.C.



Anexo G. Facebook Consejo Cívico

